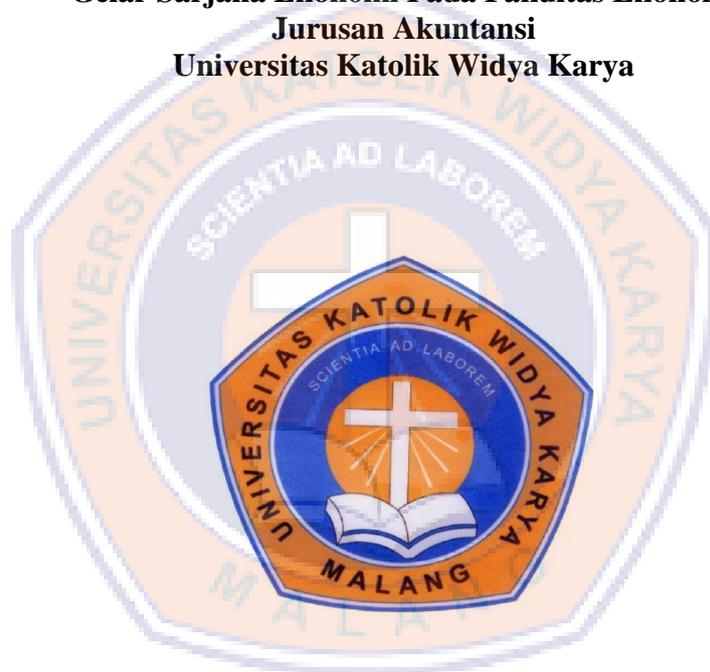


**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI MOBIL
PADA UD. JAYA MAKMUR MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Jurusan Akuntansi
Universitas Katolik Widya Karya**



DISUSUN OLEH :
HANDOKO BUDIONO
NIM : 200611015

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI – JURUSAN AKUNTANSI
2010

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : HANDOKO BUDIONO
NIM : 200611015
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
VARIASI MOBIL PADA UD. JAYA MAKMUR MALANG

Malang, 19 Juni 2010

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti. MP
NIP/NIK: 190015

Drs. Cornelius Niwadolo. MM
NIP/NIK: 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini, M.M, AK
NIP/NIK: 193027

Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIP/NIK: 185004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI MOBIL
PADA UD. JAYA MAKMUR MALANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Handoko Budiono

NIM : 200611015

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 21 Juni 2010 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dra. Silvia Indrarini, MM, Ak
NIP/NIM : 198 027

DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP
2. Drs. Junianto Tjahjo, MM
3. Drs. Cornelius Niwadolo, MM

TANDA TANGAN

.....
.....
.....

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI MOBIL PADA UD. JAYA MAKMUR MALANG” merupakan karya asli dari:

Nama : Handoko Budiono
NIM : 200611015
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik dari sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 21 Juni 2010

Handoko Budiono

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti., MP
NIP/NIK: 190 015

Drs. Cornelius Niwadolo., MM
NIP/NIK : 185 004

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini., MM.,Ak
NIP/NIK : 193 027

Drs. Cornelius Niwadolo., MM
NIP/NIK : 185 004

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Handoko Budiono
NIM : 200611015
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 24 Mei 1986
Alamat : Jalan Perusahaan no 99 Malang
Nama Orang Tua (Ayah) : Budiono
(Ibu) : Inawati
Riwayat Pendidikan : 1. SD Katolik Marsudisiwi Malang
2. SLTP Katolik Marsudisiwi Malang
3. SMA Kristen Kalam Kudus Malang
4. Tercatat sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Karya Malang angkatan tahun
2006/2007



DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan Skripsi	
Halaman Pengesahan Skripsi	
Halaman Surat Keterangan Penelitian	
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	
Halaman Persembahan	
Halaman Riwayat Hidup	
Halaman Kata Pengantar	i
Halaman Daftar Isi	iii
Halaman Daftar Tabel	vii
Halaman Daftar Gambar	viii
Halaman Daftar Lampiran	ix
Abstraksi	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Hasil Penelitian Terdahulu	6
B. Landasan Teori	7
1. Pengertian Manajemen	7
2. Pengertian Pemasaran.....	8
3. Pengertian Bauran Pemasaran.....	9

a. Product (Produk).....	10
b. Harga (Price).....	14
c. Saluran Distribusi (<i>Place</i>).....	16
d. Promosi (<i>Promotion</i>).....	18
4. Keputusan Pembelian.....	21
C. Kerangka Pikir	26
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	28
B. Ruang Lingkup Penelitian	28
C. Lokasi Penelitian	28
D. Populasi Dan Sampel	28
E. Jenis Data dan Sumber Data	30
F. Definisi Operasional Variabel	31
G. Metode Pengumpulan Data	32
H. Teknik Analisis Data	33
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	
A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	41
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	41
2. Struktur Organisasi Perusahaan	42
3. Kondisi Perusahaan secara Umum.....	46
4. Tujuan Perusahaan.....	50
B. Deskripsi Karakteristik Responden	51
1. Usia Responden.....	50

2. Jenis Kelamin.....	52
3. Tingkat Pendidikan.....	52
4. Pendapatan.....	53
5. Jenis Pekerjaan.....	54
C. Pengujian Instrumen (Uji Validitas dan Realibilitas)	56
D. Penyajian Data Jawaban Responden Hasil Kuisisioner.....	57
1. Produk (X1).....	58
2. Harga (X2).....	59
3. Tempat (X3).....	60
4. Promosi(X4).....	60
5. Keputusan Pembelian (Y).....	61
E. Pengujian Asumsi Klasik	62
1. Uji Normalitas Data.....	63
2. Uji Multikolinearitas.....	65
3. Uji Autokorelasi.....	66
4. Uji Heteroskedastisitas.....	67
F. Analisis Data dan Interpretasi.....	69
1. Pen gujian Hipotesis.....	69
a. Uji korelasi.....	69
b. Uji Regresi Linier Berganda.....	71
1) Koefisien determinasi.....	

2)	Uji Simultan (UjiF).....	
	73	
3)	Uji Parsial (UjiT).....	
	73	
2.	Sumbangan Efektif.....	
	77	
G.	Pembahasan.....	
 78	
1.	Deskripsi	Variabel
	Penelitian.....	78
2.	Hasil	Pengujian
	Hipotesis.....	
	84	
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Simpulan	88
B.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

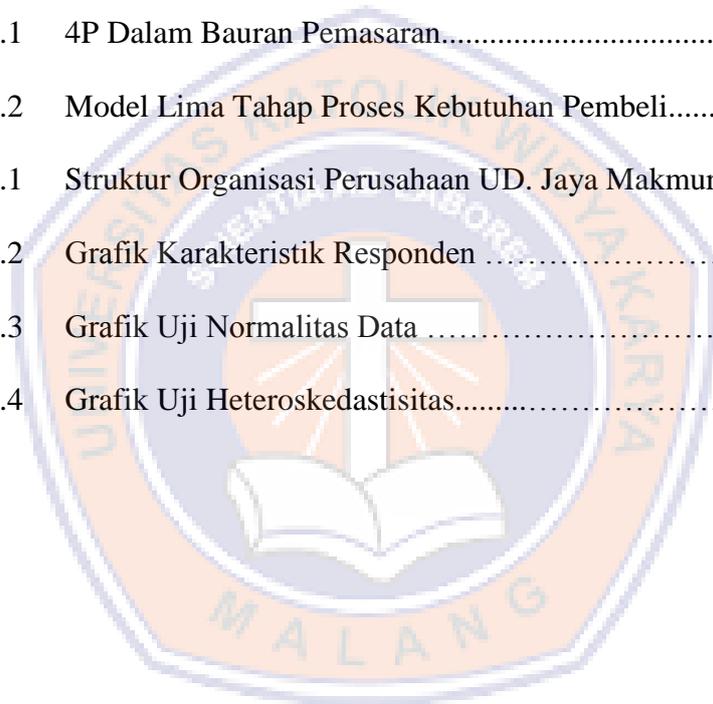
		Halaman
Tabel 4.1	Tabel Jumlah Karyawan UD. Jaya Makmur Malang.....	49
Tabel 4.2	Tabel Daftar Hari dan Jam Kerja UD. Jaya Makmur Malang	51
Tabel 4.3	Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.4	Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.5	Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
Tabel 4.6	Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel 4.7	Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	54
Tabel 4.8	Tabel Uji Validitas dan Reabilitas Item Instrumen.....	56
Tabel 4.9	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Produk (X ₁).....	58
Tabel 4.10	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Harga (X ₂).....	59
Tabel 4.11	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Tempat (X ₃).....	60
Tabel 4.12	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Promosi (X ₄).....	60
Tabel 4.13	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang	

Minat Konsumen (Y).....	61
Tabel 4.14 Tabel Uji Normalitas	64
Tabel 4.15 Tabel Uji Multikolinearitas dengan Value Inflation Factor (VIF).....	66
Tabel 4.16 Tabel Hasil Durbin Watson.....	67
Tabel 4.17 Tabel Uji Korelasi Product Momen Pearson	62
Tabel 4.18 Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.	63



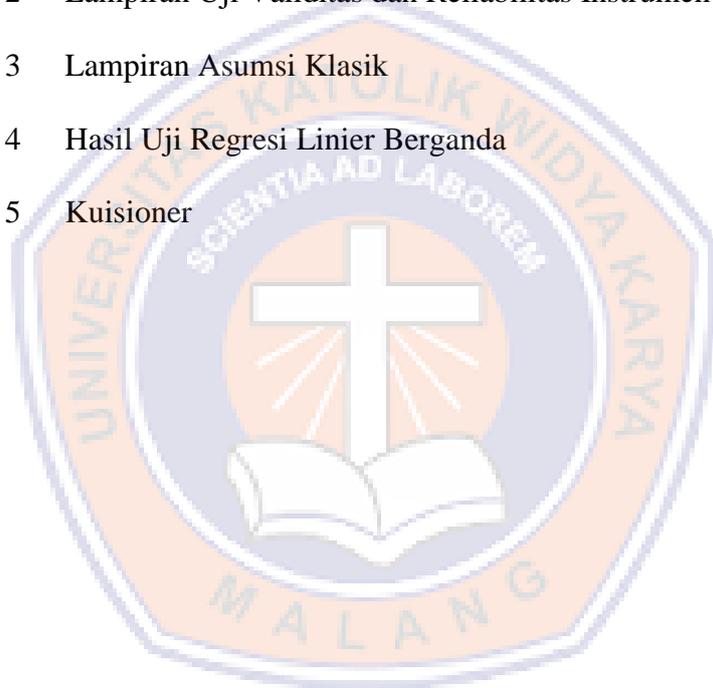
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 4P Dalam Bauran Pemasaran.....	10
Gambar 2.2 Model Lima Tahap Proses Kebutuhan Pembeli.....	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan UD. Jaya Makmur.....	42
Gambar 4.2 Grafik Karakteristik Responden	55
Gambar 4.3 Grafik Uji Normalitas Data	65
Gambar 4.4 Grafik Uji Heteroskedastisitas.....	68



LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lampiran Tabel Frekuensi Rekapitulasi Hasil Jawaban Kuisisioner
- Lampiran 2 Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen
- Lampiran 3 Lampiran Asumsi Klasik
- Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 5 Kuisisioner



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI MOBIL
PADA UD. JAYA MAKAMUR MALANG**

ABSTRAKSI

Saluran Distribusi merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menyalurkan, menyebarkan serta menyampaikan barang yang dipasarkan kepada konsumen. Faktor-faktor yang diperhatikan dalam pelaksanaan saluran distribusi adalah faktor keuntungan dan kerugian bagi perusahaan itu sendiri. Adapun keuntungan bagi perusahaan seperti penjualan dapat dilakukan secara merata, tingkat pembelian yang semakin tinggi, dan posisi perusahaan dalam persaingan akan semakin baik. Sedangkan kerugiannya yaitu perlu adanya penambahan dalam masalah biaya. Saluran Distribusi yang digunakan oleh PT. Lestari Biscuit Factory Malang tergolong dalam saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Untuk saluran distribusi secara langsung yaitu dari produsen langsung ke konsumen, sedangkan untuk saluran distribusi secara tidak langsung antara lain adalah produsen menuju agen menuju konsumen dan produsen menuju distributor menuju agen menuju konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah : untuk mengetahui signifikansi pengaruh saluran distribusi terhadap pembelian produk wafer “PT Lestari Biscuit Factory” Malang. Sedangkan hipotesis yang diajukan adalah diduga saluran distribusi yang digunakan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembelian produk wafer pada PT Lestari Biscuit Factory Malang. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen produk wafer yang melakukan pembelian pada distributor, sedangkan penentuan sampel menggunakan metode Time Linier Function, dengan jumlah sampel 48 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas Data), Regresi Linier Sederhana, dan Uji Hipotesis (Uji T).

Hasil analisis dari penelitian ini bahwa dari Uji T menunjukkan bahwa faktor saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk di PT. Lestari Biscuit Factory Malang, dengan besarnya pengaruh sebesar 63.3% dan persamaan model regresi $Y = 0.349 + 0.375 X$.

Kata Kunci : Saluran Distribusi, Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menghadapi persaingan saat ini setiap perusahaan dituntut untuk dapat melakukan pengelolaan terhadap fungsi-fungsi penting yang ada dalam perusahaan secara efektif dan efisien sehingga perusahaan dapat lebih unggul dalam persaingan yang dihadapi. Meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan melalui peningkatan kemakmuran kepemilikan atau para pemegang saham. Tanggung jawab kepada seluruh *stakeholder* menjadi sangat penting sehingga hal ini menuntut perusahaan untuk menimbang semua strategi yang diambil. Tujuan utama perusahaan biasanya adalah mengutamakan keuntungan bagi pemiliknya atau pemegang saham. Pemegang saham dengan membeli saham berarti mengharapkan *return* tertentu dengan resiko minimal. Dengan tingginya tingkat *return* yang diperoleh pemegang saham maka para pemegang saham akan tertarik dan harga saham akan menjadi semakin tinggi, sehingga kesejahteraan pemegang saham akan meningkat.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat telah membuat suatu perusahaan khususnya perusahaan provider berusaha meningkatkan nilai dari perusahaan. Perusahaan tidak akan terlepas dengan permasalahan seberapa besar

kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dana yang akan digunakan untuk beroperasi dan mengembangkan usahanya.

Suatu keputusan yang diambil manajer dalam suatu pembelanjaan harus dipertimbangkan secara teliti sifat dan biaya dari sumber dana yang akan dipilih karena masing-masing sumber dana tersebut memiliki konsekuensi finansial yang berbeda. Sumber dana perusahaan adalah semua perkiraan yang terdapat pada sisi pasiva neraca, mulai dari utang dagang hingga laba ditahan. Kesemuanya itu lebih dikenal sebagai struktur keuangan (Riyanto,2001:214).

Modal dibutuhkan dalam setiap perusahaan, karena kebutuhan akan modal sangat penting dalam membangun dan menjamin kelangsungan perusahaan. Manajer harus mampu menghimpun modal, baik yang bersumber dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan secara efisien, dalam arti keputusan pendanaan tersebut mampu meminimalkan biaya modal yang harus ditanggung perusahaan. Biaya modal merupakan rata-rata biaya dana yang akan dihimpun untuk melakukan suatu investasi yang timbul karena biaya bunga yang dibebankan oleh kreditur. Dapat pula diartikan bahwa biaya modal suatu perusahaan adalah bagian (suku rate) yang harus dikeluarkan perusahaan untuk memberi kepuasan pada para investornya pada tingkat risiko tertentu. Apabila perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan modalnya semakin meningkat sedangkan dana yang dimiliki telah digunakan semua, maka perusahaan tidak ada pilihan lain selain menggunakan dana yang berasal dari luar yaitu dalam bentuk hutang maupun dengan mengeluarkan saham baru untuk memenuhi kebutuhan modalnya.

Salah satu keputusan penting yang dihadapi manajer (keuangan) dalam kaitannya dengan kelangsungan operasi perusahaan adalah keputusan pendanaan atau keputusan struktur modal, yaitu keputusan keuangan yang berkaitan dengan komposisi utang, saham preferen dan saham biasa yang harus digunakan oleh perusahaan (Yuke dan Hadri, 2005:1-15).

Struktur modal merupakan perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri. Pemenuhan kebutuhan dana perusahaan dari sumber modal sendiri berasal dari modal saham, laba ditahan, dan cadangan. Dalam pemenuhan kebutuhan dana, perusahaan harus mencari alternatif-alternatif pendanaan yang efisien. Pendanaan yang efisien akan terjadi bila perusahaan mempunyai struktur modal yang optimal. Struktur modal yang optimal dapat diartikan sebagai struktur modal yang dapat meminimalkan biaya penggunaan modal secara keseluruhan atau biaya modal rata-rata (Martono dan Agus, 2007).

Struktur modal merupakan masalah penting dalam pengambilan keputusan mengenai pembelanjaan perusahaan. Keputusan struktur modal secara langsung berpengaruh terhadap besarnya risiko yang ditanggung perusahaan serta besarnya tingkat pengembalian atau keuntungan yang diharapkan (Brigham dan Houston, 2001:3). Merupakan tugas dari manajer keuangan untuk menentukan komposisi struktur modal perusahaan. Manajer keuangan harus mengusahakan agar perusahaan memperoleh dana yang diperlukan dengan biaya minimal dan syarat-syarat yang paling menguntungkan.

Pemilihan sumber dana, baik yang berasal dari sumber dana internal maupun eksternal merupakan *pecking order theory*. Teori ini merupakan salah

satu teori struktur modal yang sering digunakan dalam manajemen keuangan, dimana menurut Myers dan Majluf (1984 dalam Frank dan Goyal, 2002) struktur modal suatu perusahaan mengikuti suatu hirarki dimulai dari sumber daya termurah, dana internal, sehingga saham sebagai sumber terakhir.

Arus kas yang dihasilkan oleh operasi diperlukan untuk mendanai suatu proyek yang akan dilakukan oleh perusahaan, dan manajer akan lebih sedikit menggunakan uang pada cara yang kurang optimal agar dapat meminimalisasi hutang untuk mendanai proyek investasi atau pertumbuhannya. Hal ini sesuai dengan keputusan pendanaan *pecking order theory* yang menyebutkan bahwa perusahaan cenderung memilih pendanaan dari internal daripada eksternal.

Menurut Brigham dan Houston (2001:4) biaya modal yang tepat untuk semua keputusan adalah rata-rata tertimbang dari seluruh komponen modal (*Weighted Average Cost of Capital* atau WACC). Namun tidak semua komponen modal diperhitungkan dalam menentukan WACC. Hutang dagang (*accounts payable*) tidak diperhitungkan dalam perhitungan WACC. Hutang wesel (*notes payable*) atau hutang jangka pendek yang berbunga (*Short-term Interest-bearing debt*) dimasukkan dalam perhitungan WACC hanya jika hutang tersebut merupakan bagian dari pembelanjaan tetap perusahaan bukan merupakan pembelanjaan sementara. Pada umumnya hutang jangka panjang dari modal sendiri merupakan unsur untuk menghitung WACC. Semakin optimal biaya modal yang digunakan suatu perusahaan maka akan semakin besar pula laba/profit yang akan di terima oleh para investor.

Menurut Irawati (Dalam Purhadi 2006:33) teori struktur modal menjelaskan apakah ada pengaruh perubahan struktur modal terhadap nilai

perusahaan. Dalam kaitannya dengan struktur modal, dalam memperoleh sumber dana yang bersangkutan, nilai perusahaan bisa diukur dengan harga saham dipasar serta besarnya keuntungan (profitabilitas) yang diperoleh perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal. Oleh sebab itu biasanya seorang kreditur atau investor akan sangat berkepentingan dengan analisa profitabilitas, sebab analisa profitabilitas berguna untuk mengetahui seberapa besar hasil yang akan didapat dari investasinya dan juga dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan berkaitan dengan masalah investasi atau kredit. Hernawati (2007:34) Jika perusahaan memutuskan menetapkan struktur modal dalam jumlah yang besar, kemungkinan tingkat likuiditas akan terjaga namun kesempatan untuk memperoleh laba yang besar akan menurun yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya profitabilitas. Harahap (2003), menyatakan bahwa struktur modal sangat berpengaruh terhadap profitabilitas karena struktur modal yang digunakan perusahaan untuk operasional menentukan profit yang diinginkan perusahaan.

Perusahaan yang tumbuh karena optimal menggunakan struktur modal, cenderung memunyai lebih banyak *profit* positif yang tersedia. Investor dan manajer perusahaan tertarik pada tingkat keuntungan bersih yang akan di peroleh perusahaan karena dapat memberikan aspek yang positif. Semakin banyak perusahaan mendapatkan laba maka semakin cepat pula perusahaan tersebut bertumbuh. Pertumbuhan perusahaan merupakan signal atau tanda bahwa perusahaan memiliki prospek yang menguntungkan dan berharap *rate of return* atas investasi yang ditanamkan akan lebih tinggi. Kebijakan struktur modal yang

diambil perusahaan terkait dengan besarnya biaya modal. Oleh karena itu kebijakan perusahaan terhadap komposisi struktur modal perlu dipertimbangkan dengan tepat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, terlihat bahwa keputusan struktur modal yang tercermin dalam WACC merupakan keputusan yang sangat penting dalam kelangsungan hidup perusahaan terutama dalam hal mendapatkan laba, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Pengaruh Struktur Modal Yang Tercermin Dalam *Weighted Average Cost Of Capitall* (Wacc) Terhadap *Profitabilitas* Pada Perusahaan Provider Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ”.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut: Seberapa besar pengaruh struktur modal yang tercermin dalam *weighted average cost of capital* (WACC) terhadap *profitabilitas* pada perusahaan provider yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pendahuluan dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh struktur modal yang tercermin dalam *weighted average cost of capital* (WACC) terhadap *profitabilitas* pada perusahaan provider yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi:

a. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai masukan yang dapat dijadikan tolak ukur pemikiran dalam menyusun suatu struktur modal yang optimum dengan harapan melalui pembentukan struktur modal yang maksimum, nilai perusahaan dapat ditingkatkan.

b. Investor

Sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi manajer dan investor dalam menentukan alternatif pendanaan dan aspek-aspek yang mempengaruhinya, serta sebagai salah satu masukan mengenai kinerja perusahaan sehingga mempertimbangkan kebijakan calon investor dalam menanamkan modalnya.

c. Pembaca dan pihak-pihak lainnya

Dalam penelitian ini, peneliti dapat memperoleh tambahan wawasan dan pengalaman untuk mengaplikasikan teori yang didapat selama ini yang berhubungan dengan pasar modal, khususnya kinerja keuangan baik yang berupa rasio maupun yang berbasis nilai

d. Peneliti

Untuk menambah pengetahuan tentang hal-hal yang berhubungan dengan teori keuangan dan aplikasinya di lapangan.