

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL
TOYOTA INNOVA PADA PT. AGUNG TOYOTA SM AMIN PEKANBARU**

***THE EFFECT OF BRAND EQUITY ON TOYOTA INNOVA CAR PURCHASE
DECISIONS INPT. AGUNG TOYOTA SM AMIN KOTA PEKANBARU***

Nelta Yuliandri

*Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Islam Riau, jln. Kaharuddin Nasution No.13
Perhentian Marpoyan, Pekanbaru, Indonesia
Email : neltayuliandri@student.uir.ac.id*

ABSTRAK

Ekuitas merek merupakan nilai suatu merek berdasarkan seberapa kuat nilai merek tersebut memiliki nilai loyalitas merek, kesadaran konsumen akan merek tersebut, kualitas yang dipersepsikan, asosiasi merek, dan berbagai aset lainnya seperti paten, merek dagang dan hubungan jaringan distribusi. Semakin tinggi ekuitas merek, akan semakin tinggi pula value yang akan diberikan merek tersebut kepada konsumen. Apabila ekuitas merek meningkat, maka akan menumbuhkan loyalitas konsumen pada produk atau merek tersebut. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan kuantitatif; populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membeli Mobil Toyota Innova sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data kuisisioner dan wawancara serta analisis data secara deskriptif, kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ekuitas merek berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru. Nilai R^2 sebesar 0.689 hal ini menunjukkan 68.9% perubahan terhadap keputusan pembelian seharusnya ditentukan oleh variabel bebas yakni variabel ekuitas merek sedangkan 31.1% lagi ditentukan oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Brand equity is the value of a brand based on how strong the brand value has the value of brand loyalty, consumer awareness of the brand, perceived quality, brand associations, and various other assets such as patents, trademarks and distribution network relationships. The higher the brand equity, the higher the value that the brand will provide to consumers. If brand equity increases, it will foster consumer loyalty to the product or brand. The purpose of this study was to determine the effect of brand equity on purchasing decisions for Toyota Innova at PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru. The methods used are descriptive and quantitative methods; The population and sample in this study were people who bought 100 Toyota Innova cars. Questionnaire and interview data collection techniques as well as descriptive, qualitative and quantitative data analysis. This study concludes that brand equity has an effect on purchasing decision variables for Toyota Innova at PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru. The R^2 value of 0.689 shows that 68.9% of changes in purchasing decisions should be determined by the independent variable, namely the brand equity variable, while another 31.1% is determined by other factors not observed in this study.

Keywords: *Brand Equity, Purchase Decision*

PENDAHULUAN

PT. Agung Automall Cabang SM Amin Pekanbaru berdiri pada tahun 1972 oleh Bapak Samuel Pandjaitan bergerak dalam bidang penjualan mobil khusus dengan merek Toyota salah satunya merek Innova yang. Mobil Toyota Innova adalah salah satu favorit untuk tipe mobil keluarga. Banyak kelebihan yaitu kapasitas penumpang besar dan harga jual tinggi. Harga relatif murah spesifikasi bagus, harga berbagai varian Innova mulai dari 300 juta sampai 400 juta masih dibawah 500 juta dengan kapasitas 1,500 cc VVT-i. Teknologi Rem ABS (*Antilock Braking System*), teknologi yang berguna sebagai pencegah ban terkunci pada waktu pengemudi melakukan rem mendadak apalagi pada saat kondisi jalanan licin.

Dual SRS Airbag (kantong udara), fitur wajib yang harus dimiliki kendaraan masa kini sebagai sarana keselamatan. Fitur pengembang kantong udara secara otomatis jika terjadi benturan yang seharusnya ada untuk mobil masa kini. Brand Toyota terkenal sudah melekat pada mobil dari jaman dulu dan lebih disukai masyarakat, meskipun sekarang sudah banyak brand yang juga mampu bersaing. Servis mudah didapat, mudah ditemui bengkel teknisi yang sudah paham dengan Innova karena banyak pemakai. Di wilayah pinggir kota bengkel-bengkel mobil sudah familiar dengan Innova. Berikut pembuktian tingkatan mobil Innova sebagai mobil pilihan no. 2 sebagai tingkat penjualan terbanyak:

Tabel 1. Data Penjualan 20 Mobil Terlaris 2021

| No | Tipe Mobil | Total Penjualan |
|----|---------------|-----------------|
| 1 | Toyota Avanza | 122.654 Unit |
| 2 | Toyota Innova | 57.493 Unit |
| 3 | Toyota Calya | 47.287 Unit |

| No | Tipe Mobil | Total Penjualan |
|----|--------------------------|-----------------|
| 4 | Toyota Agya | 45.009 Unit |
| 5 | Daihatsu Xenia | 44.720 Unit |
| 6 | Honda HR-V | 44.331 Unit |
| 7 | Daihatsu Ayla | 39.087 Unit |
| 8 | Honda BR-V | 38.666 Unit |
| 9 | Daihatsu Gran Max | 37.996 Unit |
| 10 | Honda Brio Satya | 36.470 Unit |
| 11 | Suzuki Ertiga | 32.119 Unit |
| 12 | Daihatsu Siagra | 31.939 Unit |
| 13 | Toyota Fortuner | 29.252 Unit |
| 14 | Honda Mobilio | 28.981 Unit |
| 15 | Suzuki Carry Pick Up | 27.001 Unit |
| 16 | Toyota Rush | 24.371 Unit |
| 17 | Mitsubishi Pajero Sport | 20.228 Unit |
| 18 | Mitsubishi L-300 Pick Up | 20.058 Unit |
| 19 | Honda Jazz | 18.110 Unit |
| 20 | Toyota Sienta | 17.935 Unit |

Sumber : Gaikindo, 2021

Berikut dapat dilihat data penjualan mobil Toyota Innova pada PT. Agung Automall Pekanbaru:

Tabel 2. Jumlah Penjualan mobil Toyota Innova pada PT. Agung Automall SM Amin Pekanbaru Tahun 2017 - 2021

| No. | Tahun | Target Penjualan | Jumlah Penjualan | % Pencapaian Target |
|-----|-------|------------------|------------------|---------------------|
| 1. | 2017 | 1.500 unit | 1.524 unit | 101.6% |

| | | | | |
|----|------|---------------|---------------|-------|
| 2. | 2018 | 1.200 unit | 1.045 unit | 87.1% |
| 3. | 2019 | 800 unit | 774 unit | 96.7% |
| 4. | 2020 | 900 unit | 584 unit | 64.9% |
| 5. | 2021 | 1.000 unit | 669 unit | 66.9% |

Sumber: PT. Agung Automall SM Amin Pekanbaru

Dari tabel diatas diketahui penjualan mobil Toyota Innova pada PT. Agung Automall Pekanbaru dari tahun 2017 sampai 2021 terus mengalami penurunan. Hal ini dapat disebabkan oleh semakin banyaknya persaingan penjualan produk mobil dari merek lainnya yang lebih unggul dari segi harga jualnya. Bagi manajemen suatu organisasi bisnis yang berorientasi pada konsumen, akan senantiasa mendorong minat serta perilaku konsumen dan memuaskan kebutuhan untuk memperoleh keuntungan dan kelanjutan usaha dalam jangka panjang, salah satunya dengan melakukan bauran promosi.

PT. Agung Automall SM Amin gencar melakukan melakukan promosi-promosi periklanan dan promosi penjualan secara optimal dari mulai menggelar Toyota Fleet Gathering, Toyota Expo, Toyota Holiday Hore (Holiday Rame-Rame, red) serta undian-undian berhadiah voucher jalan-jalan keluar negri. Acara ini merupakan agenda tahunan yang selalu dilakukan oleh pihak PT. Agung Automall SM Amin selain itu juga melalui media cetak melalui Mobil Innova Riau Pos dan Tribun, spanduk-spanduk yang dipasang di jalan-jalan dan tempat keramaian, serta mendirikan stand di tempat umum seperti di mall pameran bulanan seperti Mal Pekanbaru, Ciputra dan SKA, kemudian melalui media eletronik yaitu radio, Instragam, Facebook dan Line.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka dapat di

rumuskan sebagai berikut: “Apakah ekuitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru”.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru.

STUDI KEPUSTAKAAN

Konsep Administrasi

Administrasi merupakan salah satu alat/tonggak dalam sebuah pelaksanaan pembangunan. Karena tanpa adanya pengadministrasian dengan baik maka proses pembangunan tidak akan dapat berjalan dengan lancar.

Menurut Siagian (2003:2) administrasi didefinisikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang idasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Ada beberapa hal yang terkandung dalam defines diatas. Pertama, administrasi sebagai seni adalah suatu proses yang diketahui hanya permulaannya sedang akhirnya tidak diketahui. Kedua, administrasi mempunyai unsure-unsur tertentu yaitu adanya dua manusia atau lebih, adanya tujuan yang hendak dicapai adanya tugas atau tugas-tugas yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan untuk melaksanakan tugas-tugas itu.

Konsep Organisasi

Orang mendirikan organisasi mempunyai maksud agar tujuan tertentu dapat dicapai melalui tindakan bersama yang telah dibenari bersama. Dengan organisasi, tujuan dan sasaran dapat dicapai secara lebih efektif dan efisien dengan cara dan tindakan yang dilakukan secara bersama-sama. Idealnya, konsep dapat

dilaksanakan apabila para organisatoris atau manajer yang ada dalam organisasi paham tentang tugas dan tanggung jawabnya.

Definisi organisasi banyak ragamnya, tergantung pada sudut pandang sebagai wadah, sebagai proses, sebagai perilaku, dan alat untuk mencapai tujuan. Namun demikian, definisi organisasi yang telah dikemukakan oleh para ahli organisasi sekurang-kurangnya ada unsur kerjasama, orang yang bekerja sama, dan tujuan bersama yang hendak dicapai.

Konsep Manajemen

Menurut Prajudi (dalam Syaifi, 2003:268), manajemen merupakan pengendalian dan pemanfaatan daripada semua faktor serta sumber daya yang menurut suatu perencanaan, diperlukan untuk mencapai atau menyelesaikan suatu prapta atau tujuan kerja tertentu.

Pendapat Siagian (2003:5) manajemen dapat didefinisikan dari dua sudut pandang, yaitu sebagai proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan sebagai kemampuan atau keterampilan orang yang menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa manajemen merupakan inti dari administrasi karena memang manajemen merupakan alat pelaksana utama administrasi.

Manajemen Pemasaran

Menurut Arik Adi Wijaya (2013) Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaannya yaitu untuk memperoleh laba dari kegiatan perusahaannya. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam pencapaian tujuan yang diinginkannya bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menjalankan berbagai fungsi pada bidang dalam perusahaan, seperti bidang

pemasaran, keuangan, produksi, dan manajemen maupun bidang-bidang lain yang dimilikinya, yang sekiranya memiliki pengaruh penting dalam menunjang keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan tersebut.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008:6) pada umumnya pemasaran dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan, dan menyerahkan barang kepada pelanggan baik secara perorangan ataupun berkelompok. Definisi pemasaran itu sendiri adalah proses sosial dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Philip Kotler, dan Armstrong, 1999:11 (dalam Buchari Alma, 2011; 130)).

METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini bersifat survey deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang benar (Sugiono, 2003:07) kemudian penelitian mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis. Selanjutnya pada penelitian di lapangan peneliti mengumpulkan data dan menganalisa guna mendapatkan gambaran sebenarnya tentang masalah yang di teliti dengan metode kuantitatif. Data penelitian diambil ini dari sejumlah unit sample yang berasal dari populasi dan menghubungkan dengan teori-teori yang ada serta menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT. Agung Automall Cabang Pekanbaru

yang beralamat di Jalan SM Amin No. 13 Pekanbaru, sebagai Dealer resmi yang menyalurkan produk otomotif Toyota di Pekanbaru.

Agung Toyota SM Amin Pekanbaru.

Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah kepala bagian pemasaran pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru 1 orang dan 1 orang karyawan sales. Untuk konsumen PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru menetapkan sample sebanyak 100 orang. Untuk lebih jelasnya berikut di sajikan tabel populasi dan sample pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru.

Tabel 3. Populasi dan objek penelitian penelitian

| N o | Jenis Populasi | Populas i (orang) | Sampl e (orang) |
|--------|---------------------------------|-------------------------|---------------------------|
| 1. | Kepala Bagian Pemasaran | 1 | 1 |
| 2. | Sales/karyawan bagian penjualan | 1 | 1 |
| 3. | Konsumen | 669 | 100 |
| Jumlah | | | 102 |

Sumber: PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru

Teknik Penarikan Sampel

1. Untuk pimpinan PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru dan karyawan bagian pemasaran di lakukan dengan cara sensus.
2. Bagi konsumen di dasarkan dengan menggunakan teknik accidental sampling, yaitu mengambil objek penelitian sebagai sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya yaitu yang membeli mobil Toyota Innova pada PT.

Jenis dan Sumber data

Jenis dan sumber data yang di pergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data primer yaitu data penulisan kumpulan secara langsung dari objek penelitian penelitian melalui kuesioner.
2. Data sekunder adalah data yang di dapatkan dengan melakukan pengumpulan bahan-bahan laporan berbagai sumber yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain :

1. Kuesioner
Yaitu data teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan menyusun daftar pertanyaan tertulis dan kemudian diajukan kepada informan yang di jadikan objek dalam penelitian kemudian menyebarkannya secara langsung sehingga dapat memperoleh hasil penilaian objek penelitian yang digunakan untuk mengetahui hasil penelitian ini.
2. Wawancara
Yaitu melakukan tanya jawab secara langsung baik kepada informan maupun kepada Kepala Bagian Penjualan PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru.
3. Observasi
Yaitu teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara melihat langsung yang di miliki perusahaan sehingga dapat mengetahui permasalahan yang terjadi terkait promosi yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru

Analisis Regresi Sederhana

Untuk menghitung nilai regresi antara pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru digunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X = Ekuitas merek

B = Koefisien Regresi

Hasil Regresi Sederhana

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 35.016 | 5.119 | | 6.840 | .000 |
| | ekuitasmerek | .518 | .108 | .435 | 4.782 | .000 |

a. Dependent Variable: keputusanpembelian

Data hasil penilaian objek penelitian kemudian didistribusikan ke dalam program SPSS untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel tersebut dapat dilihat dengan menggunakan analisis regresi linier yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS sehingga dapat diperoleh persamaan seperti berikut ini :

$$Y = 35.016 + 0.518 X$$

Dari persamaan tersebut diperoleh suatu gambaran bahwa koefisien regresi dari variabel yaitu b bertanda positif. Hal ini berarti variabel ekuitas merek di tingkatkan akan berdampak terhadap terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Innova

pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Pengukuran dilakukan dengan menghitung angka koefisien determinasi (R^2) mendekati 1 maka makin tepat suatu garis linier dipergunakan sebagai pendekatan terhadap penelitian.

Hasil Koefisien Determinasi

Persamaan regresi selalu disertai dengan R^2 sebagai ukuran kecocokan. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai R^2 sebesar 0.689 hal ini menunjukkan 68.9% merupakan besar kontribusi pengaruh variabel ekuitas merek terhadap variabel keputusan pembelian sedangkan 31.1% lagi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .435 ^a | .689 | .681 | 2.89759 | 1.695 |

a. Predictors: (Constant), ekuitasmerek

b. Dependent Variable: keputusanpembelian

Uji - t

Uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Untuk uji t dengan memperhatikan t hitung apakah signifikan apabila t hitung > t tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dengan program SPSS di atas maka dapat disimpulkan bahwa :

$$DF = n - k - 1 = 100 - 1 = 99$$

$\alpha = 0, 0125$ Maka (0,0125;99) adalah 2,382

Hasil Uji-t

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 35.016 | 5.119 | | 6.840 | .000 |
| | ekuitasmerek | .518 | .108 | .435 | 4.782 | .000 |

a. Dependent Variable: keputusanpembelian

Dengan demikian untuk variabel X, t hitung adalah 4.782 sedangkan t-tabel yaitu $(0,05;99) = 2.382$ karena t hitung $(4.782) >$ dari t tabel (2.382) maka H_0 diterima. Artinya variabel ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan konsumen dalam membeli Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Anwar Saisy Siagian (2015) yang menyimpulkan bahwa variabel ekuitas merek seperti kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkomsel di Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab V mengenai pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru secara deskriptif yang telah dilakukan dengan jumlah objek penelitian sebanyak 100 orang dengan menggunakan Random Sampling, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi ekuitas merek yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek. Dari hasil pengisian angket oleh para objek penelitian penelitian ini yang merupakan para konsumen, mengenai variable faktor-faktor ekuitas merek diperoleh kesimpulan

konsumen merasa sangat benar dengan ekuitas merek yang dilakukan Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Dari hasil pengisian angket oleh para objek penelitian penelitian ini yang merupakan para konsumen, mengenai keputusan pembelian Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru diperoleh kesimpulan konsumen merasa sangat benar.
3. Dari hasil uji t dapat disimpulkan ekuitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Innova pada PT. Agung Toyota SM Amin Pekanbaru.

Saran

Adapun beberapa saran yang dapat penulis ajukan kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan meningkatkan asosiasi merek dengan memberikan kualitas yang terbaik pada setiap produk dan memberikan ekuitas merek yang baik, maka konsumen akan semakin mau merekomendasikan produk kepada orang lain, mau mengajak orang lain untuk membeli dan menceritakan hal positif tentang produk tersebut.
2. Sebaiknya perusahaan menetapkan harga jual dengan berbagai macam pilihan ukuran produk sehingga menjadi banyak pilihan bagi masyarakat untuk membeli produk mobil tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A.W. Widjaja. 2004. *Administrasi Kepegawaian*. Jakarta: Rajawali.
- Aaker, David A. 2004. *Manajemen Ekuitas Merek*, Alih Bahasa: Aris Ananda. The Free Press, New York.
- Abd Rahman, F., Agustin, H., Sasraningsih, E., Noor, A. N. B. M., Ismail, I. B., Abdullah, N. A. B. N., & Ibrahim, I. I. B. (2023). Analysis of the Influence of Zakat Distribution on Poverty Rates in Riau Province during the Covid-19 Pandemic. *Res Militaris*, 13(2), 328-339.
- Adnan, I. M., & Hamim, S. (2019). A feasibility study of the expansion of the districts of Pelalawan Regency, South Riau, Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(4), 41-57.
- Afrizal, A., Munaf, Y., Yogia, M. A., Suri, D. M., Prayuda, R., & Amri, P. (2023). Government-Owned Digital Services to Overcome the Spread of COVID-19, Case in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 15(5), 1553-1563.
- Agustin, H., Almuttaqin, M. A., Yusnita, R. R., & Safitri, N. (2023). Analyzing Business Feasibility: A Comprehensive Study Using Hamdi's Method. *Journal of System and Management Sciences*, 13(4), 521-534.
- Agustin, H., Indrastuti, S., Sundari, E., & Yusrawati, Y. (2023). Feasibility Analysis of Boutique Business Development "Myfashionproject" In Pekanbaru. *Journal of System and Management Science*, 13(1), 85-102.
- Agustin, H., Indrastuti, S., Tanjung, A. R., & Said, M. (2018). Ownership structure and bank performance. *Banks and Bank Systems*, 13(1), 80-87.
- Agustin, H., Rosyadi, M. I., & Firdaus Abd Rahman, A. (2021). Islamic Financial Theory in Overcoming Economic Crisis Due to COVID-19 Pandemic. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 48(5).
- Agustin, H., Yusrawati, E. S., Hidayah, T. H. N., & Arizza, N. V. The Impact of Income Smoothing on Bank Performance: An Islamic Perspective on Listed Banks in Indonesia (2014-2018).
- Arnold, David. 1996. *Pedoman dalam Manajemen Merek*. Alih Bahasa: Marina. Katherin. Surabaya; Ketindo Soho.
- Assauri, Sofjan. 1996. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta. : PT. Raja Grafindo Persada.
- Astuti, Sri Wahjuni dan I Gde Cahyadi. 2017. "Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda". *Majalah Ekonomi*. Hal. 145 -156. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Azni, A., Yuanda, L., Hatta, Z. M., & Mariyanti, T. (2016). ANALISIS LAPORAN KEUANGAN SEBAGAI ALAT DALAM MEMREDIKSI KECENDERUNGAN TERJADINYA KEBANGKRUTAN PADA BANK UMUM SYARIAH; BNI SYARIAH, BRI SYARIAH, MANDIRI SYARIAH, MEGA SYARIAH, BUKOPIN SYARIAH

- (Suatu Studi Penggunaan Model Altman's Z-Score). *Jurnal Dakwah Risalah*, 27(1), 1-9.
- Azwirman, A., Zulhelmy, Z., & Suryadi, A. (2019). Analysis of islamicity performance index on sharia banks in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(3), 221-232.
- Basu, *Swastha*. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta:PT Raja Grafindo. Persada.
- Bilson, *Simamora*. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia. Pustaka Utama, Jakarta.
- Buchari Alma*, 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan. Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Charles W. *Lamb*, Joseph F. *Hair*, Carl *McDaniel*. 2001. *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- E *Knapp*, Duane. 2000. *The Brand Mindset*. Yogyakarta. Andi.
- Efendi, Muafi. 2001, "Mengelola Ekuitas Merek, Upaya memenangkan Persaingan di Era Global", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta.
- Eka Nuraini Rachmawati, A. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Agency Cost, dan Dividend Payout Ratio terhadap Kinerja Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2012. *Jurnal Al-Iqtishad*, 10(1), 55-67.
- Erma Wahyuni, 2007, *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, Yayasan Pembaharuan Administrasi Publik Indonesia, Yogyakarta.
- Faishol, M. L., Yogia, M. A., Prayuda, R., & Wahyudi, S. (2024). Evaluating Conservation Assistance Programs in the Anambas Islands Marine Protected Area Using the CIPP Model. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 19(4).
- George R. *Terry*, dan Leslie. *W.Rue*, 2001, *Dasar-Dasar Manajemen*, alih bahasa, G.A.. Ticoalu, Jakarta: Bina Aksara.
- Ghani, M. M., Osman, M. N., Omar, S. Z., Mohd Radzi, S. R. K., Mustafa, W. A., & Mardatillah, A. (2023). Current Approaches of Artificial Intelligence (AI) in Leading Behavioural Change: The Latest Review. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, 35(1), 143-155.
- Gibson* dan Ivancevich *Donnelly*. 1996. *Organisasi* jilid 1 edisi 8, Jakarta : Binarupa Aksara.
- Ginting, W. R., & Hamim, S. (2016). Pelaksanaan Pengawasan Oleh Dinas Kesehatan Terhadap Produksi Air Bersih Isi Ulang Di Kota Pekanbaru. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(2), 128-143.
- Hamim, S., & Indrastuti, S. (2019). The Open System of Strategic Planning for the Development of Rural Autonomy in Riau, Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(4), 27-40.
- Hamim, S., & Vianda, L. (2019). Strategi Pembangunan Kontekstual Terpadu Sektor Perkebunan, Pertanian, Peternakan, Perikanan Dan Industrialisasi Pengolahan Menjadi Pakan Ternak dan Ikan. *PUBLIKA*:

- Jurnal Ilmu Administrasi Publik, 5(2), 206-216.
- Hamim, S., Karya, D., Indrastuti, S., Zubaidah, E., & Yuna, S. E. (2022). Teamwork Strategy of the Development Planning Consultative Team of the Food Security Program. *Social Science Journal*, 12(4), 2278-2289.
- Hamim, S., Vianda, L., & Pitaloka, S. (2020). Penerapan Prinsip Prinsip Pelayanan Publik Di Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk Dan Catatan Sipil Kantor Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kota Pekanbaru. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(1), 1-10.
- Herlena, S. Z., Yogia, M. A., Rahman, K., Prayuda, R., & Munaf, Y. (2021). Analysis of the performance of state civil servants in the functional provision of salary in the department of education and culture Pelalawan District. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(3), 303-321.
- Humdiana. 2005. Strategi Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Mizan Pustaka.
- Indrastuti, S., Rachmawati, E. N., Agustin, H., & Yusnita, R. R. (2022). The Influence of the Quality of Human Resources and Organizational Commitment on Employee Performance at the Secretariat of the Regional People's Representative Council of Riau Province. *Central European Management Journal*, 30, 735-741.
- Karya, D., Hasan, H., & Kadir, E. A. (2017). Impact of forest fire to economic and environment in Riau Province Indonesia. *International Business Management*.
- Kausarian, H., Sumantyo, J. S., Kuze, H., Karya, D., & Panggabean, G. F. (2016). Silica Sand Identification using ALOS PALSAR Full Polarimetry on The Northern Coastline of Rupat Island, Indonesia. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 6(5), 568-573.
- Kotler, P., and Keller, K.L., 2003, *Manajemen Pemasaran* Edisi 12, Cetakan III, Alih. Bahasa oleh Benyamin Molan.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1., Erlangga, Jakarta.
- Manullang. 2004. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta : Gadjah Mada University. Press.
- Mardatiilah, A., & Rosmayani, R. (2023). The effect of innovation on sustainable competitive advantage through local wisdom in Padang restaurants in Pekanbaru. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(4), 506-516.
- Mardatila, A. (2012). Peranan Wanita dalam pengembangan usaha kecil rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan keluarga. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(2), 207-214.
- Mardatillah, A. (2020). The enterprise culture heritage of Minangkabau cuisine, West Sumatra of Indonesia as a source of sustainable competitive advantage. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 34.
- Mardatillah, A., Raharja, S. U. J., Hermanto, B., & Herawaty, T. (2019). Riau Malay food culture in

- Pekanbaru, Riau Indonesia: commodification, authenticity, and sustainability in a global business era. *Journal of Ethnic Foods*, 6, 1-10.
- Mardatillah, A., Rosmayani, R., & Prayuda, R. (2023). Sustainability of Business Strategy Based on Indigenous Product Creativity in the Weaving Industry of Palm Oil Waste in Riau, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(8), 2571-2578.
- Mardatillah, A., Rosmayani, R., & Ramadani, S. (2020). Sustainable competitive advantage of Riau Malay weaving industry based on local wisdom. *International Research Journal of Business Studies*, 13(3).
- Mardatillah¹, A., Raharja, S. J., Hermanto, B., & Herawaty, T. (2020). Human Capital and Partnership to Achieve of Sustainable Competitive Advantage in Micro and Small Business. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(5), 1415.
- Mardhatillah, A. (2020). Model of intention to behave in online product purchase for Muslim fashion in Pekanbaru, Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1419-1441.
- McNally, David, Speak, Karl D. 2004. *Be Your Own Brand*. Jakarta : PT Gramedia. *Pustaka Utama*.
- Nurman, N., Kumalasari, E., Erlina, E., & Yuli, A. R. (2024). Dynamics The Zonation Policy System For Upper Secondary Student Admissions In Kampar District Riau Province. *CosmoGov: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 10(1), 20-30.
- Nurman, N., Sujianto, S., Saputra, T., & Prayuda, R. (2020). Participatory Village Development Planning Model. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(5), 324-336.
- Nurman, Yusriadi, Y., & Hamim, S. (2022). Development of pluralism education in Indonesia. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 9(3), 106-120.
- Pakpahan, O. P., Moreira, L., Camelo, A., Karya, D., Martins, A. C., Gaspar, P. D., & Santo, C. E. (2023). Evaluation of comparative scenarios from different sites of chestnut production using life cycle assessment (LCA): Case study in the Beira Interior region of Portugal. *Heliyon*, 9(1).
- Pasolong, Harbani, 2007, *Teori Administrasi Publik*, Alfabeta, Bandung.
- Prayuda, R., Syafrinaldi, S., Akbar, D., Nurman, N., & Sary, D. V. (2022). Development of Penyengat Island Area as an International Tourism Area Based on Heritage Tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(4), 1367-1371.
- Prihatin, P. S., & Rinaldi, K. (2013). The Policy Implementation in Development Water Front City in District Senapelan Pekanbaru. *Jurnal Studi Pemerintahan*.
- Putr, S. H., & Zulhelmy, P. D. (2021). A Glance of Sea Tribes People in Batam, RiauArchipelago, Indonesia Multidisciplinary Perspective. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(14), 4225-4230.
- Rachmawati, E. N. (2017). Akad jual beli dalam perspektif fikih dan praktiknya di pasar modal Indonesia. *Al-Adalah*, 12(2), 785-806.

- Rachmawati, E. N. (2017). Akad Penerbitan Sukuk di Pasar Modal Indonesia dalam Perspektif Fikih. *Al-'Adalah*, 14(1), 225-262.
- Rachmawati, E. N., & Ab Muminbin Ab Ghani, A. J. (2015). Beli dalam Perspektif Fikih dan Praktikanya di Pasar Modal Indonesia. *Al-'Adalah*, 12(4).
- Rachmawati, E. N., & Purwanti, S. V. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, debt to equity ratio (DER), rating bond dan maturitas terhadap yield obligasi pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 186-199.
- Rachmawati, E. N., & Saputra, R. (2019). The Influence of Institutional Ownership and Profitability to The Value of Property Company and Real Estate in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 24-36.
- Rachmawati, E. N., Azmansyah, A., & Utami, T. T. (2019). Analisis Zakat Produktif Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Penyerapan Tenaga Kerja Serta Kesejahteraan Mustahik Di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 1-14.
- Rahman, F. A., & Khairunnisa, H. A. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: The Influence of Non-Financial Factors in Indonesian Energy and Pulp & Paper Industries.
- Rangkuti*, Freddy. 2004. Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. Direktorat Pelayanan Publik.
- Rauf, R., Nurman, N., Sharifah Zarina, S. Z., & Muhammad Rizal Razman, M. R. R. (2017). Strategic issues on primary students' knowledge towards sustainability of human habitat and environment.
- Riauan, M. A. I. (2020). Analisis Framing" Aksi Bela Islam" Sebagai Dakwah Islam di Riau Pos"(A Framing Analysis Of "Islam Defense Action" As Islamic Dakwah On Riau Pos Newspaper). *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1).
- Rinaldi, K. (2019). The emergence of crime areas in Pekanbaru city in the view of anomie theory. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(3).
- Rinaldi, K. (2023). The Legal Consequences for Victims in Illegal Online Agreements. *Jurnal Akta*, 10(2), 163-172.
- Rinaldi, K. (2024). Prison efforts to protect escaped prisoners (study at prison class II B Kuantan Singingi, Riau Province). *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(2), 600-607.
- Rinaldi, K., & Ardianto, J. (2022). The Effect Of Thief Labeling On Youths. *International Journal Of Social Science*, 1(6), 869-872.
- Robbins, Stephen P., 2000. Perilaku Organisasi Jilid II, Alih Bahasa Hadayana Pujaatmaka, Jakarta, Prenhalindo.
- Rosmayani, R. (2019). Employee Performance Factors in Service Quality at Regent's/City's Investment and One Stop Integrated Services (DPMPTSP) in Riau Province. *INTERNATIONAL*

JOURNAL OF SCIENTIFIC &
TECHNOLOGY RESEARCH.

- Rosmayani, R. (2020). Perspektif Bisnis: Kajian Lingkungan Eksternal Dan Lingkungan Internal Pemanfaatan Limbah Lidi Kelapa Sawit di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 43-50.
- Rusby, Z., Hamzah, Z., Karya, D., & Abdul Kadir, E. (2016). Application of Mudharabah Financing toward Small and Medium Entrepreneur in Bank Muamalat Pekanbaru Branch Indonesia. *International Business Management*, 10(6), 778-783.
- Siagian, Sondang., P. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Pertama)*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Soekarno, 2006, *Dasar-Dasar Manajemen*, Cetakan XIV, Jakarta: Miswar.
- Syaifii, Inu Kencana. 2003. *Sistem Administrasi Negara Republik Indonesia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Syofia, N., Yogia, M. A., Prayuda, R., Prihatin, P. S., Rosmayani, R., & Ismardi, I. (2022). Analysis of transformational leadership style of junior high school principals of 30 Pekanbaru cities. *International Journal of Health Sciences*, (IV), 589-598.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran I. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi. Offset.
- Wahyudi, S., Sukresna, I. M., & Simatupang, R. A. (2022). Unlocking Potential Social Value Creation to Improve Digital Startup Performance: The Role of Government Institutional Support and Social Entrepreneurship. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, 30(1).
- Wahyudi, S., Yogia, M. A., & Amrillah, M. F. (2023). Unlocking user-driven innovation and sustainable competitive advantage through partnership: An open innovation perspective. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, 31(1).
- Wijaya, Arik Adi., 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Studi Kasus Pada Home Industry Rengginang Halimatus Sa'diyah Kalibaru Di Kabupaten Banyuwangi*. Skripsi. Jember: Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Yogia, M. A., & Suri, D. M. (2020). Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Usaha Ekonomi Kelurahan. *Sosio Konsepsia*, 9(03), 247-256.
- Yogia, M. A., Syafaruddin, Z., Wahyudi, S., & Suyastri, C. (2024). Tailoring Service Delivery Innovation Architecture: A Service-Dominant Logic Theory Perspective for Micro Small and Medium Enterprises. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 39(1), 61-79.
- Yogia, M. A., Wedayanti, M. D., & Nurmandi, A. (2019). Regional Development Management through CSR in Pelalawan District, Riau Province. *INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION, CREATIVITY AND CHANGE (IJICC)*, 10(3), 239-255.
- Yunisman, Y., Salioso, H., Febrianto, S., Prayuda, R., & Mardatillah, A.

(2022). Analysis of quality of animal health services by veterinary medical and veterinary paramedic services in food security and agricultural agency of Rokan Hilir Regency. *International Journal of Health Sciences*, 14(3), 1030-1046.