PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA PERIODE 2019-2023

[1]Riri Apriliani, [2]Andis Febrian

[1,2]Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
E-mail : ririapriliani16@gmail.com[1], andisfebrian968@gmail.com[2]

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh biaya produksi dan promosi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur di industri kimia dan dasar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2019 dan 2023. Biaya produksi dan promosi merupakan variabel signifikan yang secara langsung memengaruhi kesuksesan finansial, terutama laba bersih. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai teknik kuantitatif. Pengambilan sampel secara purposif dilakukan untuk mendapatkan sampel sepuluh perusahaan. Data dari situs web resmi BEI dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 dan uji asumsi standar, uji-t, uji-F, serta uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi tidak memiliki efek yang terlihat pada laba bersih, sementara biaya iklan berpengaruh. Biaya manufaktur dan promosi berdampak pada laba bersih pada saat yang bersamaan. Studi ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu mengoptimalkan pengeluaran promosi mereka untuk keberlanjutan jangka panjang guna mempertahankan efisiensi biaya produksi dan meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci : *Biaya Produksi, Biaya Promosi, Laba Bersih, Perusahaan Manufaktur, Regresi Linear Berganda.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how production and promotional expenses affect net profit in basic and chemical manufacturing firms that are listed between 2019 and 2023 on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The main cost components that have a direct impact on financial performance, especially net profit, are production and promotional expenses. A quantitative method known as multiple linear regression analysis was used in this study. Purposive sampling was used to identify ten businesses that satisfied the sample's requirements. The coefficient of determination test, t-tests, F-tests, and standard assumption tests were used to analyze the data with the help of SPSS version 25. The data was taken from annual financial reports that were posted on the official IDX website. The findings demonstrate that manufacturing expenses have no appreciable impact on net profit, while promotional expenses do. Net profit is impacted by both elements at the same time. This study recommends that companies optimize their promotional expenditures to boost profitability and preserve production cost efficiency, thereby promoting business sustainability.

Keywords : *Production Cost, Promotion Cost, Net Profit, Manufacturing Companies, Multiple Linear Regression.*

PENDAHULUAN

Bisnis manufaktur sangat penting bagi ekspansi ekonomi nasional. Salah satu subsektor industri yang penting adalah industri dasar dan kimia. Industri ini mengambil kru ini memberikan kontribusi yang signifikan dan cukup besar. terhadap PDB Indonesia, dan memasok bahan baku untuk beberapa industri lainnya. Menjaga biaya tetap terkendali sangat penting untuk menjaga profitabilitas dan kinerja keuangan bisnis di pasar yang semakin kompetitif dan tidak stabil, terutama dalam hal mencapai laba bersih yang ideal.

Salah satu metrik penting untuk menilai kinerja keuangan bisnis adalah laba bersih. Untuk pengambilan keputusan, manajemen internal, kreditor, investor, dan pemangku kepentingan lainnya perlu mengetahui laba bersih. Besarnya laba bersih dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal biaya produksi, dan lain sebagainya promosi merupakan dua faktor internal yang paling penting. Sementara biaya promosi mencerminkan investasi perusahaan dalam meningkatkan daya tarik konsumen melalui strategi pemasaran yang tepat, Semua biaya yang dikeluarkan perusahaan saat mengubah biaya produksi adalah biaya untuk mengubah bahan mentah menjadi komoditas akhir. (Tjiptono, Fandy 2007).

Penelitian terdahulu menemukan hasil beragam tentang bagaimana biaya produksi dan promosi memengaruhi profitabilitas bersih. Sementara itu, periklanan ekstensif namun tidak efektif justru dapat menurunkan profitabilitas, beberapa penelitian berpendapat bahwa biaya produksi yang efisien justru dapat meningkatkan laba bersih. Mengingat sifatnya yang padat modal dan persaingan yang ketat di pasar global, penting untuk mengkaji ulang hubungan antara faktor-faktor ini, terutama dalam konteks Industri kimia dan dasar Indonesia.

Penelitian ini mengkaji bagaimana Antara tahun 2019 dan 2023, laba bersih bisnis manufaktur kimia dan dasar yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dipengaruhi oleh pengeluaran produksi dan promosi. Diharapkan bahwa metodologi kuantitatif dan analisis regresi linier berganda akan menghasilkan temuan yang layak dijadikan tolok ukur dasar dalam melakukan analisis memajukan ilmu akuntansi biaya secara teoritis dan membantu manajemen bisnis dalam menciptakan rencana manajemen biaya yang lebih efektif.

Kajian Pustaka

Teori Biaya Produksi

Semua biaya yang dikeluarkan bisnis saat mengubah biaya produksi adalah pengeluaran yang berhubungan dengan pengubahan bahan baku menjadi produk akhir. Tiga komponen utama biaya produksi meliputi biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan langsung, dan biaya overhead manufaktur, menurut Mulyadi (2015). Ketiga faktor ini penting dalam menentukan biaya produksi barang, yang selanjutnya memengaruhi laba bersih. Kapasitas perusahaan untuk memproduksi barang berkualitas tinggi dengan harga kompetitif akan dipengaruhi oleh manajemen biaya produksi yang efektif. Di sisi lain, margin keuntungan perusahaan dapat menurun jika biaya manufaktur meningkat tanpa diimbangi dengan peningkatan volume atau efisiensi.

Teori Biaya Promosi

Biaya yang dikeluarkan bisnis untuk meluncurkan produk dikenal sebagai biaya promosi produk kepada konsumen, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan volume penjualan. Hubungan masyarakat, pemasaran internet, promosi penjualan, penjualan langsung,

periklanan, dan inisiatif pemasaran lainnya termasuk dalam biaya promosi, menurut Tjiptono (2007). Dalam konteks bisnis modern, promosi tidak hanya dianggap sebagai biaya, tetapi juga sebagai investasi jangka panjang dalam membangun merek dan menciptakan permintaan pasar. Strategi promosi yang efektif akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan perusahaan, yang selanjutnya memengaruhi laba bersih.

Teori Laba Bersih

Setelah semua biaya, termasuk yang terkait dengan produksi dan promosi, dikurangi dari pendapatan, laba bersih perusahaan merupakan hasil akhir dari operasinya. Kasmir (2015) menegaskan bahwa laba bersih merupakan metrik krusial untuk mengevaluasi efektivitas manajemen karena menunjukkan seberapa efektif suatu bisnis mengelola keuangannya. Karena menunjukkan profitabilitas dan kemungkinan keberlangsungan bisnis, laba bersih juga menjadi perhatian utama bagi kreditor, investor, dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, untuk memaksimalkan laba, sangat penting bagi bisnis untuk mengelola biaya dengan tepat.

Dampak Biaya produksi dan periklanan dibandingkan dengan laba bersih telah menjadi subjek hasil yang saling bertentangan dalam penelitian sebelumnya. Menurut Krisna (2022), laba bersih pada bisnis di industri dasar dan kimia sangat dipengaruhi oleh biaya produksi dan promosi. Di sisi lain, Elma (2023) menunjukkan bahwa laba bersih pada bisnis di subsektor makanan dan minuman tidak secara substansial dipengaruhi oleh biaya produksi atau promosi. Temuan yang berbeda-beda ini menunjukkan perlunya lebih banyak penelitian yang berfokus pada berbagai industri dan periode waktu. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini yaitu untuk mempertimbangkan kembali hubungan antara kedua faktor biaya ini dan laba bersih dalam konteks perusahaan manufaktur industri yang memproduksi barang-barang dasar dan kimia antara tahun 2019 dan 2023.

Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah :

1. **Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih**
   - **H0:** Biaya produksi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih
   - **H1:** Biaya Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih
2. **Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih**
   - **H0:** Biaya promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih
   - **H2:** Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih
3. **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih**
   - **H0:** Biaya produksi dan biaya promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih
   - **H3:** Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih

METODE

Studi ini menggabungkan teknik kuantitatif dengan strategi asosiatif deskriptif. Penelitian ini melibatkan perusahaan manufaktur industri kimia dan dasar yang terdaftar di bursa Efek Indonesia (BEI), tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor

independen, seperti biaya produksi dan promosi, terhadap variabel dependen, yaitu laba bersih, dari tahun 2019 hingga 2023.

Populasi Sebanyak 71 Pengambilan sampel secara purposive digunakan dalam penelitian ini, yang melibatkan perusahaan manufaktur dari industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI sesuai dengan standar berikut: Selama periode 2019–2023, (1) perusahaan secara berkala merilis laporan keuangan tahunan; dan (2) memiliki informasi komprehensif tentang laba bersih, biaya produksi, dan biaya iklan. Berdasarkan atribut-atribut ini, sepuluh perusahaan dipilih sebagai sampel.

Sumber Laporan keuangan tahunan perusahaan yang dapat dilihat pada situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) merupakan data sekunder. Uji autokorelasi, uji F konkuren, uji t parsial, regresi linier berganda, dan heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas, serta uji koefisien determinasi (R2) dan uji asumsi konvensional lainnya. Semua pengujian statistik memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 25.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Temuan Uji Statistic Deskriptif

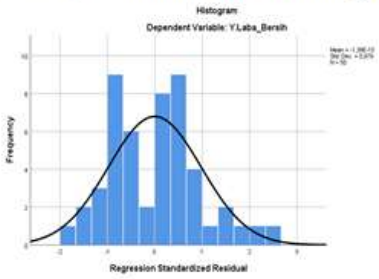
Salah satu teknik untuk mengkarakterisasi data yang dikumpulkan sebagaimana adanya adalah analisis statistik deskriptif. Nilai terendah, maksimum, dan rata-rata setiap variabel yang diteliti ditentukan dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Perangkat lunak SPSS digunakan untuk pengolahan data.

Tabel 4.1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum Statictic	Maximum Statistic	Mean	Std. Deviation Statistic
Biaya Produksi	50	4.00	12.00	7.80	2.21
Biaya Promosi	50	3.00	10.50	6.95	1.98
Laba Bersih	50	4.45	11.97	7.83	2.21

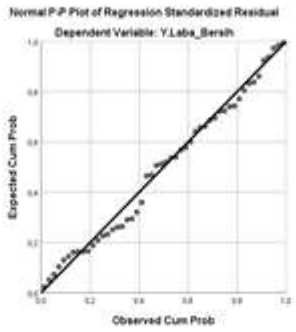
b. Temuan Uji Normalitas

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



Sumber: Data sekunder yang diolah, IBM SPSS 25, 2025.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas Probability Plot



Sumber: Data sekunder yang diolah, IBM SPSS 25, 2025.

Tabel 4.2

Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters a, b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,58532654
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,090
	Negative	-,046
Test Statistic		,090
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200c,d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data sekunder yang diolah, IBM SPSS 25, 2025.

c. Temuan Uji Multikolinearitas

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinearitas
Coeficients[a]

Model		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
	(Constant)	,714		
	X1 Biaya Produksi	,165	,265	3,779
	X2 Biaya Promosi	,000	,265	3,779

Sumber: Data sekunder yang diolah, IBM SPSS 25, 2025

d. Temuan Uji Autokorelasi

Tabel 4.4
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,967[a]	,935	,932	,597650553	1,795

a. Predictors: (Constant), X2 Biaya Promosi, X1 Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Y Laba Bersih

Sumber: Data sekunder yang diolah, IBM SPSS 25, 2025.

e. Temuan Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coeficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	,433	,506		,855	,397
	X1Biaya Produksi	,051	,087	,155	,581	,564
	X2 Biaya Promosi	,069	,040	,463	1,736	,089

Sumber: Data sekunder yang diolah, IBM SPSS 25, 2025

f. Temuan Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6

Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coeficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	,340	,920	-	,369	,714
	X1Biaya Produksi	,224	,159	-,102	1,411	,165
	X2 Biaya Promosi	,870	,072	,877	12,091	,000

Sumber: Data sekunder yang diolah, IBM SPSS 25, 2025.

g. Temuan Uji Hipotesis

Tabel 4.7
Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239,516	2	119,758	335,281	,000[b]
	Residual	16,788	47	,357		
	Total	256,303	49			
a. Dependent Variable: Y Laba_Bersih						
b. Predictors: (Constant), X2 Biaya Promosi, X1 Biaya Produksi						

Sumber: Data sekunder yang diolah, IBM SPSS 25, 2025.

Tabel 4.8
Hasil Uji T
Coeficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	,340	,920	-	,369	,714
	X1Biaya Produksi	,224	,159	,102	1,411	,165
	X2 Biaya Promosi	,870	,072	,877	12,091	,000

Sumber: Data sekunder yang diolah, IBM SPSS 25, 2025.

h. Temuan Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,967[a]	,935	,932	,597650553	1,795
a. Predictors: (Constant), X2 Biaya Promosi, X1 Biaya Produksi					
b. Dependent Variable: Y Laba_Bersih					

Sumber: Data sekunder yang diolah, IBM SPSS 25, 2025.

Pembahasan

Temuan analisis menunjukkan bahwa laba bersih perusahaan tidak terlalu terpengaruh oleh biaya produksinya. Ini menyiratkan bahwa kenaikan atau penurunan peningkatan biaya tidak selalu berdampak langsung pada laba bersih produksi. Hal ini mungkin disebabkan oleh strategi penetapan harga yang berbeda yang digunakan oleh berbagai bisnis, skala ekonomi, atau efisiensi produksi. Meskipun biaya produksi tinggi, beberapa bisnis berhasil mempertahankan margin keuntungan mereka.

Sebaliknya, telah dibuktikan bahwa biaya promosi berdampak signifikan dan positif terhadap laba bersih. Ini menyiratkan bahwa peluang perusahaan untuk meningkatkan laba bersih tumbuh seiring dengan pengeluaran promosinya. Volume penjualan dan pengenalan merek dapat meningkat dengan promosi yang sukses, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elma (2023) yang tidak menemukan korelasi signifikan antara biaya produksi dengan laba bersih, dan Krisna et al. (2022) yang menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Berdasarkan sektor yang diteliti, yakni industri dasar dan kimia, karakteristik produk yang padat modal menyebabkan biaya produksi menjadi tinggi. Namun, karena produk yang dihasilkan cenderung homogen dan permintaan yang stabil, kenaikan biaya produksi tidak langsung memengaruhi laba. Sebaliknya, strategi pemasaran dan promosi menjadi kunci dalam membedakan produk dan memenangkan pasar.

Perusahaan seperti INTP dan SMGR menunjukkan bahwa peningkatan biaya promosi diikuti oleh peningkatan laba bersih, yang mengindikasikan efektivitas promosi. Namun, pada kasus JPFA, biaya promosi yang tinggi tidak disertai dengan peningkatan laba, menunjukkan perlunya evaluasi menggunakan strategi pemasaran.

Oleh karena itu, perusahaan perlu lebih fokus dalam merancang anggaran promosi yang tepat sasaran serta mengevaluasi efektivitasnya secara berkala. Di sisi lain, meskipun biaya produksi tidak berpengaruh signifikan, perusahaan tetap harus menjaga efisiensi agar tidak menekan margin keuntungan.

Dengan mempertimbangkan semua hal, temuan studi ini memiliki konsekuensi penting: manajemen promosi yang efektif dapat meningkatkan laba bersih perusahaan. Studi ini juga memberikan dasar bagi penelitian selanjutnya mengenai pengaruh elemen-elemen lain terhadap laba bisnis, seperti strategi distribusi, harga jual, atau volume penjualan.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa bagi pelaku bisnis manufaktur di industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2019 dan 2023, biaya promosi secara signifikan meningkatkan laba bersih, sedangkan beban produksi tidak memiliki dampak yang nyata terhadap laba bersih. Sementara itu, laba secara signifikan dipengaruhi oleh dua variabel independen: biaya produksi dan promosi. Hasil ini menunjukkan bahwa pengeluaran promosi yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan penjualan dan laba usaha. Namun, meskipun merupakan bagian penting dari operasional suatu bisnis, biaya produksi tidak selalu secara langsung memengaruhi laba bersih karena adanya variasi dalam efisiensi operasional dan langkah-langkah pengendalian biaya yang diterapkan oleh masing-masing bisnis.

Temuan penelitian ini memiliki konsekuensi signifikan bagi manajemen bisnis, yang seharusnya lebih fokus pada efisiensi pengeluaran promosi sebagai sarana untuk meningkatkan profitabilitas disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap strategi pemasaran dan anggaran promosi agar dana yang dikeluarkan dapat memberikan hasil optimal terhadap peningkatan penjualan dan laba bersih. Di samping itu, meskipun biaya produksi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini, perusahaan tetap perlu menjaga efisiensi dan efektivitas biaya produksinya untuk menghindari pemborosan serta menjaga daya saing harga di pasar.

Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan penelitiannya dengan menambahkan faktor volume penjualan, efisiensi operasional, atau leverage sebagai variabel intervening ataupun moderasi. Untuk mendapatkan gambaran rincian lebih menyeluruh mengenai hubungan antara komponen biaya dan laba bersih bisnis dalam lingkungan makroekonomi yang dinamis, cakupan sektor industri juga dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

A. S., Wowor, and Mangantar M. “Laba Bersih Dan Tingkat Risiko Harga Saham Pengaruhnya Terhadap Dividen Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal EMBA* 2, no. 4 (2014): 13–23.

A, Putri., and Wardhani. R. “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2021, 87–96.

Agi, Hidayat. Syarif. “Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Dan Turnover Intention.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11 (2018): 51–66.

Andrianto, and Anang Firmansyah. “Implementasi Teori Dan Praktek.” *Manajemen Bank Syariah*, 2019, 144.

Ce, Gunawan. *“Mahir Menguasai SPSS.”* Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Chandra., Gregorius, and Fandy Tjiptono. *Service, Quality Satisfaction.* Jogjakarta: Andi Offset, 2012.

Dewi, and Santi Rahma. *"Akuntansi Biaya."* UMSIDA Press, 2019.

ELMA CAHYANING RATU, and Titiek Rachmawati. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2022).

et al. Carls S., Warren. *Pengantar Akuntansi-Adaptasi Indonesia.* 25th ed. Jakarta : Salemba Empat, 2017.

Febrian, Andis. (2021). Examining the Contribution of Transformational Leadership Style and Affective Commitment to Organizational Citizenship Behavior (OCB). : *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies.*

Ferdi Prayoga, Andis Febrian, *Pengaruh Promosi dan Strategi Penjualan Terhadap Perkembangan Usaha Pakaian Toko Jaya Makmur Pasar Aur Kota Bukittinggi Menurut Perspektif Bisnis Syariah*, Bukittinggi : 2024)

Garrison, and Noreen. *Akuntansi Manajerial.* 14th ed. Jakarta : Salemba Empat, 2014.

Hansen, D. R., and M. M. Mowen. *Cost Management: Accounting and Control.* 8th Edition. Cengage Learning., n.d.

Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.* Yogyakarta, 2020.

Hery. *Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition*. PT. Gramedia: Jakarta, 2018.

Hidayat.A, and Setiawan.B. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional A. S., Wowor, and Mangantar M. "Laba Bersih Dan Tingkat Risiko Harga Saham Pengaruhnya Terhadap Dividen Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal EMBA* 2, no. 4 (2014): 13–23.

A, Putri., and Wardhani. R. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2021, 87–96.

Agi, Hidayat. Syarif. "Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Dan Turnover Intention." *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11 (2018): 51–66.

Andrianto, and Anang Firmansyah. "Implementasi Teori Dan Praktek." *Manajemen Bank Syariah*, 2019, 144.

Ce, Gunawan. "'Mahir Menguasai SPSS.'" Yogyakarta: Deepublish., 2018.

Chandra., Gregorius, and Fandy Tjiptono. *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset, 2012.

Febrian, Andis. (2021). Examining the Contribution of Transformational Leadership Style and Affective Commitment to Organizational Citizenship Behavior (OCB). : EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies.

Ferdi Prayoga, Andis Febrian, *Pengaruh Promosi dan Strategi Penjualan Terhadap Perkembangan Usaha Pakaian Toko Jaya Makmur Pasar Aur Kota Bukittinggi Menurut Perspektif Bisnis Syariah*, Bukittinggi : 2024)

Garrison, and Noreen. *Akuntansi Manajerial*. 14th ed. Jakarta : Salemba Empat, 2014.

Hansen, D. R., and M. M. Mowen. *Cost Management: Accounting and Control*. 8th Edition. Cengage Learning., n.d.

Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta, 2020.

Hery. *Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition*. PT. Gramedia : Jakarta, 2018.

Hidayat.A, and Setiawan.B. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 149(3) (2021): 185–93

Jaya, Asri, Sony Kuswandi, Cici Widya Prastyandari, Imam Baidlowi, Mardiana, Yudhistira Ardana, Aris Sunandes, Nurlina, Palnus, and Murdin Muchsidin. *Manajemen Keuangan. Modul Kuliah*. Vol. 7, 2018.

Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Edited by 8. Depok : Pt: Raja Grafindo Persad, 2015.

Kuswadi. *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan Dan Akuntansi Biaya*, 2005.

Laili, Nur, Alfatica Illa, and Hendrato Nugroho, Setiabudi. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Promosi Terhadap Laba Bersih" 6, no. 2 (2019): 54–66.

Laki, F.M., G. Nangoi, and H. Wokas. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada PT.Megamitra Makmur Sentosa Manado." *Riset Akuntansi Going Concern* 14 (2019): 45–53.

Lane Kevin, Keller & Phili[p, Kotler. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009.

M, Mowen, Hansen M, and Heitger D.L. *Dasar-Dasar Akuntansi Manajerial*. Edisi 5. Jakarta : Salemba Empat, 2017.

M, Sembiring, and Siregar A. S. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih." *Studi Akuntansi Dan Keuangan* 2 (2018).

M, Yusri., and Anggraini. R. "Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur." *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2022, 45–54.