

## STRATEGI DIFERENSIASI DALAM MENENTUKAN POSITIONING PASAR (Studi Kasus Minuman LEGA di Labuhanbatu)

<sup>1</sup>Yudi Prayoga, <sup>2</sup>Ayu Rama Dani

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu

Email: [prayogayudi03@gmail.com](mailto:prayogayudi03@gmail.com), [ayuramadani883@gmail.com](mailto:ayuramadani883@gmail.com)

corresponding mail author : [prayogayudi03@gmail.com](mailto:prayogayudi03@gmail.com)

---

***Abstract :** This study is intended to determine the differentiation strategy in determining market positioning (case study of LEGA drinks in Labuhanbatu). This research was conducted using a purposive sampling technique with the population that the consumer of LEGA drinks at Jln KH Dewantara, Kec. Rantau Selatan. a sample of 30 respondents who had consumed LEGA drinks in Labuhanbatu and the sampling method was carried out by giving questions in the form of questionnaires and interviews where each question answered would be expressed in numerical form based on the linkert scale. The analysis tool used is a simple analysis. Based on the results of data analysis and hypothesis testing, it is concluded that the independent variables partially affect the dependent variable, including product, service, personnel, and image have an effect on the market positioning of LEGA drinks in Labuhanbatu, with F count, namely, 61.678.*

*Keyword : Products, Services, Personnel, Image, Market Position.*

---

### I. Pendahuluan

Pasar merupakan tempat untuk melakukan sebuah transaksi jual beli. Pasar tidak hanya terfokus pada satu jenis barang, namun pasar merupakan tempat usaha yang menawarkan barang maupun jasa. Barang ataupun jasa dapat ditukar dengan uang. Salah satu kegiatan ini, disebut juga bagian dari perekonomian yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan jaman pada saat ini, pasar banyak mengalami perubahan baik secara fisik maupun non fisik. Pasar sendiri terbagi menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional biasanya dilakukan secara langsung dengan mempertemukan antara penjual dan pembeli. Pasar tradisional tidak hanya menjual kebutuhan sehari-hari seperti ikan, sayur, buah, daging, dan yang lainnya, namun juga menjual kebutuhan lainnya, seperti pakaian dan barang elektronik. Sedangkan pasar modern tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional, hanya saja di pasar modern transaksi dilakukan secara online menggunakan aplikasi atau media yang telah di siapkan. Pada pasar modern seperti supermarket atau swalayan, pembeli dilayani oleh pramuniaga (pelayan). Berbeda dengan pasar tradisional yang identik dengan kotor, pasar modern justru sebaliknya. Pasar modern tersusun dengan rapi dan bersih. Karena hal tersebut banyak masyarakat Indonesia cenderung berbelanja di pasar modern. Dengan perkembangan pasar modern pada saat ini, membuat para pengusaha banyak membuka usaha dengan berbagai sistem, baik itu secara online maupun secara offline. Perkembangan yang terus meningkat membuat para pengusaha harus lebih cermat dan teliti dalam menentukan jenis usaha yang akan dibukanya.

Sejak tahun 1998, salah satu usaha yang menjadi penyokong dalam perekonomiann Indonesia adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM sendiri dipilih karena pada saat itu, banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan. Banyak karyawan yang di PHK karena perusahaan tidak sanggup membayar upah. Para pengusaha harus membuka usaha kecil-kecilan untuk keberlangsungan hidup. Jenis UKM yang banyak

---

di minati masyarakat Indonesia adalah bisnis kuliner, baik itu makanan maupun minuman. Bisnis kuliner dipilih karena dianggap cukup menjanjikan dan menghasilkan keuntungan yang sangat besar. Namun saat sekarang ini, banyak pebisnis membuka usaha dengan jenis usaha yang sama. Hal tersebut dapat terlihat dengan banyaknya usaha-usaha baru dengan produk yang sama dan jenis usaha seperti kuliner minuman. Karena hal tersebut pengusaha dituntut memiliki sesuatu yang berbeda atau biasa disebut dengan diferensiasi. Diferensiasi mendorong perusahaan agar mampu menemukan sesuatu hal yang baru yang berbeda dengan yang lainnya. Keunikan produk dapat menjadi ciri khas, yang nanti dapat menempatkan dirinya dibenak konsumen. Ciri khas sebuah produk dapat menjadikan produk tersebut, atau usaha tersebut menempati posisi pasar yang ada pada saat ini. Posisi produk merupakan satu set persepsi kompleks, kesan, dan perasaan yang didapatkan oleh konsumen saat mereka mengkonsumsi produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Hasil akhir positioning adalah terciptanya proporsi nilai yang pas, yang menjadi alasan bagi pelanggan untuk membeli.

## II. Teori dan Metode

### a. Diferensiasi Produk

Menurut Delmas 2000 (Tampi 2015) Perusahaan akan melakukan diferensiasi terhadap para pesaingnya apabila perusahaan tersebut telah berhasil menampilkan keunikan yang dinilai penting oleh pelanggan, selain dengan penawaran harga yang rendah dimana telah banyak dilakukan oleh perusahaan atau pesaing. Strategi Pembedaan Produk (*differentiation*), mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang menjadi sasarannya. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedepankan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya. Cara pembedaan produk bervariasi dari pasar ke pasar, tetapi berkaitan dengan sifat dan atribut fisik suatu produk atau pengalaman kepuasan (secara nyata maupun psikologis) yang didapat oleh konsumen dari produk tersebut. Berbagai kemudahan pemeliharaan, *features* tambahan, fleksibilitas, kenyamanan dan berbagai hal lainnya yang sulit ditiru lawan merupakan sedikit contoh dari diferensiasi.

### b. Dimensi Diferensiasi

Kotler 2002:329 (Wilar, Worang, and Soepeno 2017) mengatakan bahwa perusahaan juga dapat mendiferensiasikan tawaran pasarnya dalam 5 dimensi, yaitu

- a. Diferensiasi Produk
- b. Diferensiasi Pelayanan
- c. Diferensiasi Saluran Pemasaran
- d. Diferensiasi Personalia
- e. Diferensiasi Citra

### c. *Positioning* Pasar

Menurut Kartajaya 2009:68 (H 2017) *positioning* merupakan proses menempatkan keberadaan konsumen di dalam benak pelanggan. Menurut Kotler (2007) dalam Kartajaya (2009:67) (H 2017) *positioning* adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas (dibandingkan para pesaing) di dalam benak pelanggan sasarannya.

### d. Indikator *Positioning* Pasar

Menurut Kotler 2000:265 (Murti and Suharti 2015) terdapat beberapa cara penentuan posisi di benak konsumen, antara lain :

- a. Atribut
- b. Harga dan Kualitas
- c. Penggunaan atau Aplikasi
- d. Pemakai Produk
- e. Kelas Produk

- 
- f. Pesaing
  - g. Manfaat

#### e. Metode Penelitian

##### Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi Linear Sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel Faktor Penyebab (X) terhadap Variabel Akibatnya.

$Y = a + bX$  Dimana:

Y= Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependen)

X= Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (Independen)

a = Konstanta

b= Koefisien regresi (kemiringan), besaran response yang timbul oleh predictor.

##### Populasi dan Sampel Penelitian

###### 1. Populasi

Menurut Sugiyono 2011 : 61 (Murti and Suharti 2015) Populasi merupakan jumlah individu yang berada pada suatu wilayah. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Dalam penelitian yang menjadi populasi yaitu, seluruh konsumen LEGA di Rantauprapat.

###### 2. Sampel

Menurut Kuncoro. 2003 : 103 (Murti and Suharti 2015) Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti. Sampel adalah himpunan bagian dari unit populasi. Karena jumlah populasi telah ditentukan yaitu 30 maka jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 30 responden yang terdapat dalam populasi tersebut. Adapun teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling.

###### 3. Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan dua jenis data di dalam melakukan penelitian untuk membantu memecahkan masalah adalah:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh oleh responden secara langsung di lokasi penelitian melalui kuesioner dan wawancara.
- b. Data sekunder adalah data yang berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan, seperti dari buku-buku, internet, dan jurnal penelitian.

###### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

###### a. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden dengan beberapa *alternative* jawaban. Kuesioner penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode skala *likert*.

Angket yang dipergunakan dengan pendekatan *Skala Likert* dilakukan scoring dengan ketentuan sebagai berikut :

|                                   |          |               |
|-----------------------------------|----------|---------------|
| Jawaban sangat tidak setuju (STS) | : skor 5 | Jawaban tidak |
| setuju (TS)                       | : skor 4 |               |
| Jawaban netral (N)                | : skor 3 |               |
| Jawaban setuju (S)                | : skor 2 |               |
| Jawaban sangat setuju (SS)        | : skor 1 |               |

###### b. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung pada konsumen minuman LEGA di Rantauprapat Labuhanbatu.

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

| Variabel                | No  | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-------------------------|-----|----------|---------|------------|
| Diferensiasi Produk (X) | P1  | 0,797    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P2  | 0,768    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P3  | 0,536    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P4  | 0,813    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P5  | 0,505    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P6  | 0,75     | 0,3061  | Valid      |
|                         | P7  | 0,602    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P8  | 0,661    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P9  | 0,702    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P10 | 0,572    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P11 | 0,696    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P12 | 0,671    | 0,3061  | Valid      |
| Positioning Pasar (Y)   | P1  | 0,619    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P2  | 0,659    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P3  | 0,572    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P4  | 0,531    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P5  | 0,583    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P6  | 0,577    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P7  | 0,693    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P8  | 0,677    | 0,3061  | Valid      |
|                         | P9  | 0,703    | 0,3061  | Valid      |

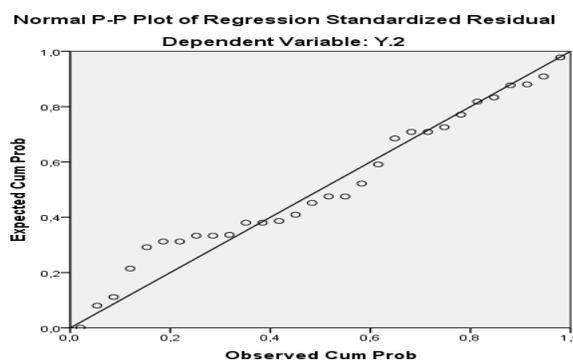
2. Uji Reliabilitas

| Variabel              | Cronbach's Alpha | N  | Keterangan |
|-----------------------|------------------|----|------------|
| Diferensiasi (X)      | 0,762            | 13 | Reliabel   |
| Positioning Pasar (Y) | 0,754            | 10 | Reliabel   |

III. Hasil dan Pembahasan

a. Hasil Uji Asumsi Klasik

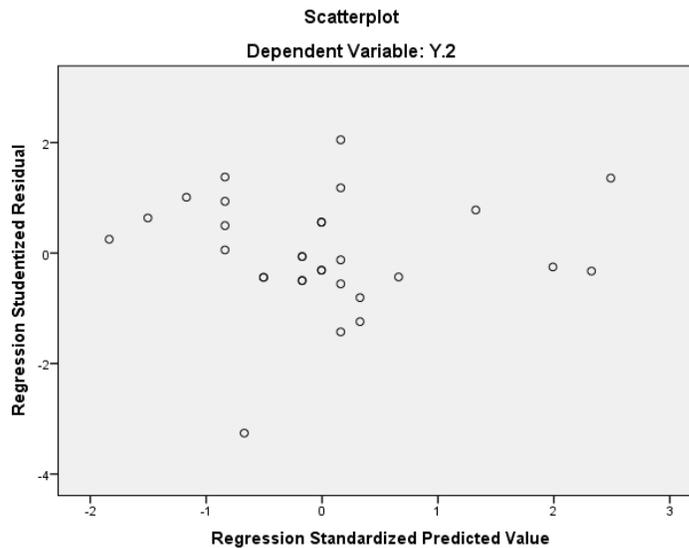
1. Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Pada gambar 1. grafik P-P Plot di atas ini terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

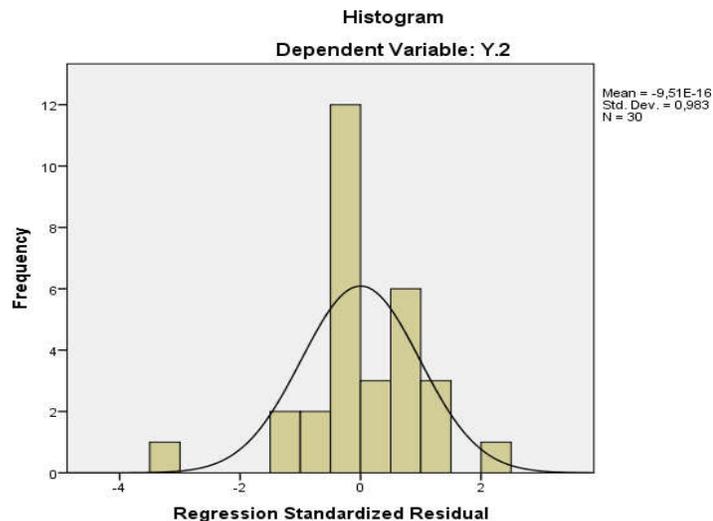
## 2. Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan gambar 2. di atas dari hasil tampilan output SPSS dengan jelas menunjukkan titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0, dan tidak menumpuk.

## 3. Histogram



Gambar 3. Uji Histogram Sumber Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

**Multikolinearitas**

| Model |            | Coefficients <sup>a</sup> |       |
|-------|------------|---------------------------|-------|
|       |            | Collinearity Statistics   |       |
|       |            | Tolerance                 | VIF   |
| 1     | (Constant) |                           |       |
|       | Y.1        | 1,000                     | 1,000 |

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinearitas. Hal ini tampak nilai tolerance masing-masing variabel bebas yang lebih besar dari 0,1.

**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**

Hasil Analisis Linear Sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Independen terhadap variabel Dependen, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

| Model |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 7,266                       | 3,142      |                           | 2,312 | ,028 |
|       | Y.1        | ,569                        | ,072       | ,830                      | 7,859 | ,000 |

Tabel 4.4 menunjukkan model persamaan regresi linier yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + e$$

$$Y(\text{Diferensiasi}) = 7,266 + 0,569X (\text{Positioning Pasar}) + e$$

Keterangan :

1. Koefisien regresi variabel diferensiasi (X) sebesar 0,569 : artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan diferensiasi mengalami kenaikan 1%, maka Positioning Pasar (Y) akan mengalami kenaikan 1% maka Positioning Pasar (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,569

**Uji Simultan (Uji F)**

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dan Ftabel. Jika nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel maka HO ditolak dan H1 diterima.

| Model |            | ANOVA <sup>a</sup> |    |             |        |                   |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
|       |            | Sum of Squares     | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1     | Regression | 338,447            | 1  | 338,447     | 61,768 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 153,420            | 28 | 5,479       |        |                   |
|       | Total      | 491,867            | 29 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Y.2

b. Predictors: (Constant), Y.1

Dari hasil perhitungan uji statistik yang dilakukan maka diperoleh nilai Fhitung – sebesar 61,768 dengan taraf signifikan 0,000. Dengan demikian nilai Fhitung (61,768) > Ftabel (4,20) dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05.

### Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas, yaitu Diferensiasi (X) terhadap variabel terikat yaitu Positioning Pasar (Y), digunakan nilai *adjustedR<sup>2</sup>*

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |          |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|
|       |                   |          |                   |                            | R Square Change   | F Change |
| 1     | ,830 <sup>a</sup> | ,688     | ,677              | 2,341                      | ,688              | 61,768   |

a. Predictors: (Constant), X1 = Diferensiasi

b. Dependent Variable: Y1 = Positioning Pasar

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai dari *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,677 atau sama dengan 67,7%. Nilai tersebut berarti variabel bebas (Diferensiasi) mampu menjelaskan variabel terikat (Positioning Pasar) sebesar 67,7%.

#### **Pembahasan**

Berdasarkan *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,677 atau 67,7%, tercapainya Positioning Pasar (Y) disebabkan beberapa faktor Diferensiasi (X). Berdasarkan hasil uji F diketahui nilai Fhitung (61,678) > Ftabel (4,20) dengan signifikan 0,000 < 0,05 atau 5%.

#### **IV. Kesimpulan**

Hasil pengujian secara persial antara variabel bebas yaitu diferensiasi (X) terhadap variabel terikat yaitu Positioning Pasar (Y), diperoleh bahwa diferensiasi secara persial berpengaruh terhadap Positioning Pasar (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dengan Fhitung sebesar 61,678 dengan taraf signifikan 0,000. Dengan demikian nilai Fhitung (61,678) > Ftabel (4,20) dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05..

#### **V. Daftar Pustaka**

- A. Anjar, M. Siregar, T. Toni, M. K. Ritonga, H. S. Harahap, and Z. A. Siregar, "Pengaruh perilaku inovatif, terhadap kinerja kepala sekolah dasar di kabupaten labuhanbatu 1)," J. Eduscience, vol. 8, no. 3, pp. 26–32, 2020.
- A. ANJAR, P. N. ADI, M. SIREGAR, Z. A. SIREGAR, and Y. SEPRIANI, "Civic Education Teachers' Respons to The Establishment of Pancasila Ideology Agency," MIMBAR, vol. 36, no. 1, pp. 12–20, 2020.
- A. Dan, D. Pada, K. Kerja, S. Kasus, D. Tetap, and Y. Universitas, "EMPLOYEE ENGAGEMENT DIPENGARUHI OLEH VARIABEL ANTESEDEN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN KERJA (STUDI KASUS DOSEN TETAP YAYASAN UNIVERSITAS LABUHANBATU)," INFORMATIKA, vol. 6, no. 1, pp. 11–22, 2018.
- A. Halim and A. R. Syamsuri, "PENGARUH STORE ATMOSPHERE, STORE IMAGE, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUKU GRAMEDIA CABANG GAJAH MADA MEDAN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA KEDOKTERAN METHODIST MEDAN)," ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen), vol. 3, no. 1, pp. 116–131, 2016.
- A. Nastuti and S. Z. Harahap, "TEKNIK DATA MINING UNTUK PENENTUAN PAKET HEMAT SEMBAKO DAN KEBUTUHAN HARIAN DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA FP-GROWTH (STUDI KASUS DI ULFAMART LUBUK ALUNG)," JURNAL INFORMATIKA, vol. 7, no. 3, pp. 111–119, Sep. 2019.
- A. P. Nasution and P. Pristiyono, "ANTISIPASI KETAHANAN EKONOMI KELUARGA DI KABUPATEN LABUHANBATU SELATAN," ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen), vol. 6, no. 1, pp. 90–97, 2019.

- 
- B. H. Rambe, "ANALISIS UKURAN PERUSAHAAN, FREE CASH FLOW(FCF) DAN KEBIJAKAN HUTANG TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 7, no. 1, pp. 54–64, 2003.
- B. H. Rambe, "Jurnal Ecobisma Vol 1 No . 2 2014," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 1, no. 2, pp. 99–110, 2014.
- B. H. Rambe, R. Pane, D. Irmayani, M. Nasution, and I. R. Munthe, "UML Modeling and Black Box Testing Methods in the School Payment Information System," *J. Mantik*, vol. 4, no. 3, pp. 1634–1640, 2020.
- C. H. Limbong, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 6, no. 3, pp. 114–128, 2019.
- H. Safri, Y. Prayoga, and R. S. M. Hendry, "ANALYSIS THE BANK'S HEALTH LEVEL AND RETURN OF STOCK OF BANKING IN INDONESIAN STOCK EXCHANGE," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 7, no. 1, pp. 129–138, 2020.
- J. Junita and M. Siregar, "PENELITIAN TINDAKAN KELAS PENGARUH PEMBELAJARAN PORTOFOLIO TERHADAP HASIL BELAJAR MATERI PELAJARAN PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN KELAS VII MTS NEGERI 2 RANTAUPRAPAT TAHUN PELAJARAN 2012/2013," *Civ. J. Pembelajaran dan Ilmu Civ.*, vol. 1, no. 1, pp. 48–54, 2017.
- J. JUNITA and M. SIREGAR, "PENERAPAN METODE PEMBELAJARAN DISKUSI DALAM PENINGKATAN PRESTASI BELAJAR PADA KOMPETENSI DASAR MENJELASKAN MAKNA KEDAULATAN RAKYAT SISWA KELAS VIII SMP NEGERI 2 KOTA PINANG KABUPATEN LABUHANBATU SELATAN TAHUN PELAJARAN 2014/2015," *J. Eduscience*, vol. 1, no. 1, pp. 36–45, 2018.
- J. JUNITA and M. SIREGAR, "PENGARUH PENGAJARAN REMEDIAL TERHADAP PRESTASI BELAJAR SISWA KELAS VII SMP NEGERI 2 RANTAU SELATAN PADA MATERI PELAJARAN KEWARGANEGARAAN TAHUN PELAJARAN 2015/2016," *J. Eduscience*, vol. 2, no. 2, pp. 60–66, 2019.
- M. H. Dar and S. Z. Harahap, "IMPLEMENTASI SNORT INTRUSION DETECTION SYSTEM (IDS) PADA SISTEM JARINGAN KOMPUTER," *JURNAL INFORMATIKA*, vol. 6, no. 3, pp. 14–23, Sep. 2017.
- M. K. Ritonga, M. N. S. Hasibuan, R. Rohana, and M. Siregar, "ANALISIS TERHADAP MAHASISWA PRODI PPKN STKIP LABUHANBATU DALAM STUDI KASUS KUNJUNGAN PERPUSTAKAAN DAN APLIKASINYA PADA PENERAPAN KARAKTER SEMANGAT KEBANGSAAN TAHUN 2019," *J. Eduscience*, vol. 8, no. 3, pp. 42–45, 2020.
- M. Nasution, S. Pohan, and S. Z. Harahap, "Implementasi Obrim (Option-Based Risk Management) Sebagai Framework Investasi Teknologi Informasi Perguruan Tinggi (Studi Kasus: Amik Labuhan Batu)," *JURNAL INFORMATIKA*, vol. 8, no. 1, pp. 26–35, Jan. 2020.
- M. Rafika, "Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2014- 2018," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 5, no. 2, pp. 15–31, 2018.
- M. SIREGAR and J. JUNITA, "PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN TEAM QUIZ TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN DI KELAS VII SMP NEGERI 1 KECAMATAN NA. IX-IX TAHUN PELAJARAN 2013/2014," *J. Eduscience*, vol. 1, no. 1, pp. 23–28, 2016.
- M. SIREGAR, "PAYA MENINGKATKAN HASIL BELAJAR HASIL BELAJAR SISWA MELALUI MODEL PEMBELAJARAN KOMPERATIF TIFE STAD PADA KONPENSI DASAR MENDESKRIFSIKAN HAKIKAT DEMOKRASI KELAS VIII SMP NEGERI 3 MONTONG TAHUN PELAJARAN 2014/2015," *Civ. J. Pembelajaran dan Ilmu Civ.*, vol. 1, no. 1, pp. 25–38, 2015.

- 
- M. Siregar, "PENERAPAN MEDIA FLOW CARD UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR PKN SISWA PADA MATERI KEMERDEKAAN MENGEMUKAKAN PENDAPAT DI KELAS VII MTS PERDAMEAN SIGAMBAL KABUPATEN LABUHANBATU TAHUN PELAJARAN 2013/2014," *J. Eduscience*, vol. 1, no. 1, pp. 49–53, 2015.
- M. Siregar, "PENERAPAN METODE BRAINSTORMING UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR PKN SISWA VIII SPM NEGERI 2 SATU ATAP PANGKATAN LABUHANBATU TAHUN PELAJARAN 2013/2014," *J. Eduscience*, vol. 1, no. 1, pp. 27–33, 2019.
- M. Siregar, B. Situmorang, R. Rohana, P. N. Adi, M. N. S. Hasibuan, and R. Kartikaningsih, "Pengaruh Perilaku Inovatif terhadap Kompetensi Manajerial Kepala Sekolah Dasar di Kabupaten Labuhan Batu," *J. Penelit. dan Pengkaj. Ilmu Pendidik. e-Saintika e-Saintika*, vol. 4, no. 2, pp. 119–125, 2020.
- M. Siregar, R. Rohana, M. Ritonga, T. Toni, and A. Anjar, "Effect of Innovative Behavior, Interpersonal Communication, Principal Managerial Competence on School Organization Development," *Int. J. Res. Rev.*, vol. 7, no. July, pp. 348–359, 2020.
- Murti, Finda Mei, and Suharti. 2015. "Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Sarjanawiyata Tamansiswa." *manajemen* 5(1): 34–43.
- N. J. Harahap and M. Rafika, "INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0: AND THE IMPACT ON HUMAN RESOURCES," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 7, no. 1, pp. 89–96, 2020.
- N. Nurmayanti and P. Pristiyono, "PENGARUH DAYA TARIK IKLAN MOTIVASI KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MITSUBISHI PAJERO SPORT PADA PT. SUMATERA BERLIAN MOTOR RANTAUPRAPAT," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 3, no. 1, pp. 24–35, 2016.
- Nofritar. 2018. "Pengaruh Diferensiasi, Promosi Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laptop Asus." *Ekobistek* 7(2): 93–101.
- P. Iwan, S. Z. Harahap, and A. A. Ritonga, "RANCANG BANGUN TEMPAT SAMPAH OTOMATIS PADA UNIVERSITAS LABUHANBATU," *INFORMATIKA*, vol. 8, no. 2, pp. 1–5, 2020.
- P. Pitriyani, A. Halim, and D. Hasibuan, "PENGARUH PENGALAMAN KERJA, LATAR BELAKANG PENDIDIKAN DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. PEGADAIAN PERSERO CABANG RANTAUPRAPAT," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 1, no. 1, pp. 56–63, 2019.
- P. Pitriyani, A. Halimi, and Z. Ritonga, "PENGARUH SIKAP KERJA DAN KETERAMPILAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN CV. MERANTI MEDAN," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 1, no. 2, pp. 58–64, 2019.
- P. Pristiyono and R. Sahputra, "STUDI KOMPARATIF TENTANG IMPLEMENTASI TOTAL QUALITY MANAGEMENT TERHADAP KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA DAN KEPEMIMPINAN SEBAGAI VARIABLE MODERATING," *INFORMATIKA*, vol. 7, no. 1, pp. 32–43, 2019.
- P. Pristiyono, "PENGARUH PROSES PEMBERIAN KREDIT TERHADAP MINAT NASABAH PADA PT BANK MANDIRI (PERSERO)TBKKANTOR CABANG KOMPLEK TASBI MEDAN," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 2, no. 2, pp. 84–92, 2015.
- R. Novita and S. Z. Harahap, "PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF PADA MATA PELAJARAN SISTEM KOMPUTER DI SMK," *JURNAL INFORMATIKA*, vol. 8, no. 1, pp. 36–44, Jan. 2020.
- S. L. Nasution, C. H. Limbong, and D. A. R. Nasution, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE," *ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen)*, vol. 7, no. 1, pp. 43–53, 2020.
- S. Samsir, D. Indra, G. Hts, and S. Z. Harahap, "SPK Untuk Pemilihan Kepala Sekolah Menggunakan Metode Saw dan Profile Matching," *U-NET J. Tek. Inform.*, vol. 4, no. 1, pp. 7–12, 2020.
- S. Z. Harahap and M. H. Dar, "APLIKASI DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMESANAN PADA UPI CONVENTION CENTER DENGAN MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN

- PHP DAN MYSQL,” JURNAL INFORMATIKA, vol. 6, no. 3, pp. 24–27, Sep. 2019.
- S. Z. Harahap and Samsir, “APPLICATION DESIGN THE DATA COLLECTION FEATURES OF THE HOTEL SHADES OF RANTAU PRAPAT USING VBNET,” International Journal Of Science, Technology & Management, vol. 1, no. 1, pp. 1–6, Jun. 2020.
- Samsir and S. Z. Harahap, “APPLICATION DESIGN RESUME MEDICAL BY USING MICROSOFT VISUAL BASIC. NET 2010 AT THE HEALTH CENTER APPOINTMENTS,” International Journal Of Science, Technology & Management, vol. 1, no. 1, pp. 14–20, Jun. 2020.
- Tampi, Nicky. 2015. “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran.” EMBA 3(4): 68–81.
- Wilar, Omega Wulan, Frederik G Worang, and Djurwati Soepeno. 2017. “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Bank Central Asia, Tbk. Kantor Cabang Utama Manado.” EMBA 5(3): 3845–54.
- Y. Prayoga, “PENGARUH EDUKASI DAN SOSIALISASI SEKOLAH PASAR MODAL BURSA EFEK INDONESIA TERHADAP MOTIVASI MEMBELI SAHAM DI GALERI INVESTASI UNIVERSITAS LABUHAN BATU,” ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen), vol. 6, no. 2, pp. 137–144, 2019.
- Y. Prayoga, “PERANAN INDUSTRI BATU BATA TERHADAP TINGKAT KEMISKINAN DI KECAMATAN RANTAU SELATAN KABUPATEN LABUHAN BATU,” ECOBISMA (Jurnal Ekon. Bisnis dan Manajemen), vol. 5, no. 2, pp. 47–53, 2018.
- Y. Prayoga, H. S. Tambunan, and I. Parlina, “Penerapan Clustering Pada Laju Inflasi Kota Di Indonesia Dengan Algoritma K-Means,” BRAHMANA J. Penerapan Kecerdasan Buatan, vol. 1, no. 1, pp. 24–30, 2019.