



Pengaruh Inflasi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia

Muthmainnah

Komputerisasi Akuntansi, Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia

*Email: mizz.uthe@gmail.com

Doi : https://doi.org/10.37339/jurnal_e-bis.v5i1.429

Diterbitkan oleh Politeknik Dharma Patria Kebumen

Info Artikel

Diterima :
2021-02-03

Diperbaiki :
2021-03-14

Disetujui :
2021-06-05

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inflasi terhadap penjualan sepeda motor di Indonesia. Data yang digunakan berupa data sekunder time series dari tahun 2008-2017. Teknik analisis regresi linear dengan menggunakan SPSS 22. Dari Hasil statistik disimpulkan bahwa inflasi berpengaruh terhadap penjualan sepeda motor dengan nilai t hitung > t tabel ($10,104 > 2,3060$) dan koefisien determinasi sebesar 12,2 %. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan inflasi berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan sepeda motor.

Kata Kunci: inflasi, penjualan, sepeda motor

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of inflation on motorcycle sales in Indonesia. The data used are secondary data from 2008-2017. The analyze technique used a linear regression with SPSS V.20 as tools. The statistical results shows that inflation have a significant effect on motorcycle sales with R square of 12.2% and The results of the significance test with the t test show that t count is greater than t table, namely $10.104 > 2.3060$. The contribution of inflation to motorcycle sales was 12.2%. Based on the result it is proven that inflation has effect on motorcycle sales.

Keywords: Inflation, sales, motorcycle

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang besar. Berdasarkan data BPS tahun 2017, jumlah penduduk Indonesia mencapai 260 juta jiwa. Dengan jumlah tersebut tidak heran bila Indonesia menjadi salah satu pangsa pasar bagi dunia industri. Mengingat besarnya jumlah penduduk berarti menandakan adanya jumlah konsumen yang besar bagi dunia industri. Dengan kata lain jumlah penjualan industri tersebut diprediksi akan semakin besar.

Salah satu industri yang saat ini tengah berkembang pesat di Indonesia adalah industri sepeda motor. Jumlah sepeda motor di Indonesia dari tahun ke tahun terlihat terus mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah pengguna sepeda motor yang memenuhi ruas jalan raya dan kadang kala menyebabkan kemacetan dimana-mana.

Beberapa merek terkenal dari industri sepeda motor di Indonesia di antaranya Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki selalu bersaing untuk menarik konsumen menjadi pelanggannya, baik melalui media promosi atau iklan maupun dengan pengembangan teknologi dan spesifikasi kendaraan mengikuti selera konsumen maupun dengan pemberian kemudahan dalam kepemilikan kendaraan melalui gerai atau leasing secara kredit. Berikut ini jumlah penjualan sepeda motor di Indonesia.

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia 2008-2017

Tahun	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	Merek Lainnya	Total
2008	2,874,576	2,465,546	793,758	44,690	37,294	6,215,865
2009	2,701,279	2,650,992	438,129	58,150	3,413	5,851,963
2010	3,416,047	3,326,380	522,269	83,130	20,790	7,368,616
2011	4,275,212	3,146,055	494,427	96,058	16,515	8,028,267
2012	4,092,693	2,433,924	461,137	131,657	18,252	7,137,663
2013	4,696,999	2,492,596	393,803	151,703	8,778	7,743,879
2014	5,051,100	2,371,082	275,067	165,371	9,575	7,867,195
2015	4,453,888	1,798,630	109,882	115,008	2,747	6,480,155
2016	4,380,888	1,394,078	56,824	97,622	1,873	5,931,285
2017	4,385,888	1,348,211	72,191	78,637	1,176	5,886,103

Sumber. AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) data diolah

Sayangnya, secara teoritis berbagai upaya yang dilakukan oleh para founder industri sepeda motor tersebut akan sia-sia bila masyarakat Indonesia mengalami penurunan daya beli. Penurunan daya beli terjadi dikarenakan adanya inflasi. Saat inflasi terjadi, harga barang dan jasa membumbung naik secara terus-menerus dan mengakibatkan nilai riil dari mata uang saat itu mengalami penurunan. Akibatnya masyarakat akan lebih memilih melakukan penghematan sebab kemampuan daya beli mereka mengalami penurunan.

Inflasi yang sering terjadi di Indonesia ini tentunya akan mempengaruhi pola konsumsi pada masyarakat. Ketika terjadi inflasi, perekonomian lesu dan daya beli rendah akan

menyebabkan masyarakat lebih mengutamakan kebutuhan primer berupa sandang dan pangan sebagai kebutuhan primer untuk dikonsumsi dibanding untuk pemenuhan kebutuhan sekunder seperti kendaraan. Kenaikan ini juga dapat berimbas pada barang lain juga mengingat perilaku konsumen yang sensitif terhadap kenaikan harga

Sebagai perbandingan bila awalnya suatu benda dihargai sebesar Rp 10.000. maka saat inflasi harga tersebut bisa menjadi Rp. 11.000 atau Rp 12.000 atau mungkin menjadi Rp 20.000, bergantung pada keparahan tingkat inflasi yang terjadi. Contoh nyata jika ditahun 2000 harga sebungkus nasi kuning hanya Rp 500, saat ini di tahun 2017 harga nasi kuning sebesar Rp 5000. Dengan demikian terlihat bahwa inflasi dapat menurunkan kemampuan nilai uang dalam membeli barang. Berikut disajikan data inflasi dan pengurangan kemampuan nilai uang yang disebabkan.

Tabel 1.1
Data Inflasi Indonesia tahun 2008-2017

Tahun	Inflasi	Nilai Uang	Akumulai Harga
		Rp1 juta Berkurang	Rp1 juta Bertambah
2008	11,06%	Rp823.000	Rp1.192.784
2009	2,78%	Rp800.689	Rp1.225.944
2010	6,96%	Rp744.961	Rp1.311.269
2011	3,79%	Rp716.727	Rp1.360.967
2012	4,30%	Rp685.908	Rp1.419.488
2013	8,36%	Rp628.566	Rp1.538.157
2014	8,36%	Rp576.018	Rp1.666.747
2015	3,35%	Rp556.721	Rp1.722.583
2016	3,02%	Rp539.908	Rp1.774.605
2017	3,61%	Rp520.417	Rp1.827.844

Sumber: BPS data diolah

Seperti halnya permasalahan ekonomi yang lain inflasi dapat menurunkan taraf kemakmuran masyarakat suatu negara. bagi masyarakat yang berpendapatan tetap inflasi membuat mereka kesulitan mengikuti kenaikan harga yang terjadi akibat inflasi. Berdasarkan uraian di atas, fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji Pengaruh Inflasi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia.apakah inflasi yang terjadi di Indoneisa selama 10 tahun ke belakang ini mempengaruhi penjualan sepeda motor di Indonesia. Adapun manfaat teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu ekonomi khususnya mengenai sebuah teori permintaan dan penawaran. Serta manfaat praktis bagi pegiat industri sepeda motor di Indonesia dalam mengambil keputusan mengenai target penjualan.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penjualan

Menurut Henry Simamora (2000:24) penjualan diartikan sebagai pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa. Adapun tujuan penjualan menurut Basu Swastha (2005 :404) yaitu:

- a. mencapai volume penjualan tertentu

- b. mendapat laba tertentu
- c. menunjang pertumbuhan perusahaan

Sementara faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha (2005 :406) antara lain:

- a. kondisi dan kemampuan penjual
- b. kondisi pasar
- c. modal
- d. kondisi organisasi perusahaan
- e. faktor-faktor lain seperti iklan dan sebagainya.

Pada kenyataannya tingkat penjualan suatu produk bergantung kepada mekanisme pasar atau kondisi dari pasar itu sendiri yang ditandai dengan adanya tarikan permintaan dan penawaran dari konsumen dan produsen yang terlibat dalam transaksi tersebut.

Dalam Hukum Penawaran disebutkan bahwa semakin tinggi harga, jumlah barang yang ditawarkan semakin banyak. Sebaliknya semakin rendah harga barang, jumlah barang yang ditawarkan semakin sedikit. Berlaku hubungan positif antara harga barang dengan jumlah barang. Lebih lanjut berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang

- a. harga barang itu sendiri
- b. harga barang lain (barang komplementer atau substitusi)
- c. pendapatan
- d. selera
- e. intensitas kebutuhan
- f. perkiraan harga dimasa yang akan datang
- g. jumlah penduduk

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran

- a. Biaya produksi
- b. Teknologi
- c. Harga barang substitusi atau komplementer
- d. Perkiraan harga di masa yang akan datang
- e. Orientasi perusahaan.

2.2. Inflasi

Samuelson (2004) mengemukakan bahwa inflasi sebagai suatu keadaan dimana terjadi kenaikan tingkat harga umum, baik barang-barang, jasa-jasa maupun faktor-faktor produksi. Adapun Pengertian inflasi secara umum dapat diartikan sebagai kenaikan harga- harga umum secara terus menerus selama dalam suatu periode tertentu. Beberapa unsur dalam pengertian inflasi mencakup : (1) Inflasi merupakan proses kecenderungan kenaikan harga-harga umum barang dan jasa secara terus-menerus. (2) kenaikan harga ini tidak berarti harus naik dengan presentase yang sama, yang penting ada kenaikan harga-harga umum barang dan jasa secara terus-menerus dalam periode tertentu. (3) Jika kenaikan harga hanya sekali saja dan bersifat sementara dan tidak berdampak luas bukanlah inflasi. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa inflasi mengindikasikan melemahnya daya beli yang diikuti dengan semakin merosotnya nilai riil (intrinsik) mata uang suatu negara.

Hubungan Variabel Inflasi Dengan Penjualan Sepeda Motor

Inflasi yang sering terjadi di Indonesia dapat memberikan dampak lesunya perekonomian yang dikarenakan naiknya harga – harga barang dan jasa. Kenaikan ini juga dapat berimbas pada barang lain juga, termasuk barang-barang pokok maupun barang-barang elastisitas lainnya yang lebih sensitif terhadap kenaikan harga. Seperti barang-barang yang termasuk ke dalam kategori barang kebutuhan sekunder.

Kepemilikan sepeda motor dilihat dari jenis kebutuhan berdasarkan intensitasnya termasuk kedalam kategori barang kebutuhan sekunder. Barang kebutuhan sekunder adalah barang-barang yang sifat pemenuhannya bisa ditunda. Pemenuhan barang sekunder dipenuhi setelah individu dapat memenuhi kebutuhan primernya seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal. Saat inflasi harga barang cenderung mengalami kenaikan secara terus menerus. Ahman (2009) menyatakan “*Semakin turun tingkat harga, maka semakin banyak jumlah barang diminta, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang diminta.*” Artinya ada hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Karena inflasi merupakan kenaikan harga-harga barang secara umum maka saat inflasi terjadi penjualan sepeda motor diprediksi menurun.

Dengan demikian, hal ini akan menyebabkan terjadinya penurunan dalam permintaan barang dan jasa yang disebabkan oleh keengganan masyarakat untuk membeli barang dan jasa terutama jenis barang-barang kebutuhan tambahan (sekunder) dikarenakan harga-harga yang terus meningkat. Yang tentunya juga dapat mempengaruhi laju penjualan sepeda motor di Indonesia.

3. METODE

Penelitian ini bersifat kuantitatif, yaitu menjelaskan hubungan antar variabel dengan menganalisis data numerik (angka) menggunakan metode statistik melalui pengujian hipotesa. Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data sekunder mengenai Inflasi yang didapat dari BPS (Badan Pusat Statistik) dan data sekunder penjualan sepeda motor di Indonesia tahun 2008- 2017 dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia). Data-data ini diolah untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Teknik pengumpulan data berupa studi pustaka. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana.

Variabel yang ada dalam penelitian ini terdiri dari *Independent* atau variabel bebas yang selanjutnya kita sebut variabel (X) dan variabel *Dependent* atau variabel terikat yang selanjutnya kita sebut variabel (Y). Variabel (X) mewakili Inflasi sementara variabel (Y) mewakili penjualan sepeda motor.

Analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis regresi linier sederhana. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 22. Dengan menggunakan uji t dalam perumusan hipotesis statistiknya, dimana t hitung adalah pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Untuk

mengetahui hasilnya signifikan atau tidak, dengan membandingkan angka t hitung dengan t tabel. Berikut kriteria uji dalam hipotesisnya :

Jika a. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak (1)

b. $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima (2)

Menurut Sugiyono (2010:87) Hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) selalu berpasangan, bila salah satu ditolak, maka yanglain pasti diterima sehingga dapat dibuat keputusan yang tegas, yaitu apabila H_0 ditolak pasti H_a diterima . Adapun hipotesis tersebut adalah :

$H_0 : \beta_1 < 0$, Tidak terdapat pengaruh antara inflasi terhadap penjualan sepeda motor.

$H_a : \beta_2 \geq 0$, Terdapat pengaruh antara inflasi terhadap penjualan sepeda motor .

Persamaan regresi untuk regresi linier sederhana adalah:

$Y = a + bx$ (3)

Keterangan

Y : Penjualan sepeda motor

b : koefisien konstanta

a : konstanta

x : inflasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan menggunakan software SPSS 22 didapat hasil sebagai berikut.

Tabel 4.1

Tabel *Coefficients* Regresi

Model	Unstandardized		standar dized Beta	T	sig
	B	Std. Error			
(constant)					
Inflasi	62656 58,49 1	620116 ,762		10,1 04	,00 0
	10533 2,963	100013 ,421	,349	1,05 3	,32 3

Dependent Variable: Penjualan motor

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai T hitung untuk Constant yaitu 10,104, pada T tabel dengan db= n-2 yakni 8 dan taraf signifikan 0,05 diperoleh 2,3060, karena T hitung > T tabel maka H_0 yang artinya terdapat pengaruh variabel X terhadap Y. Adapun persamaan regresi linearnya dapat ditentukan sebagai berikut.

$$Y = 6265658,491 + 105332,963x$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa jika perubahan Inflasi bernilai 0 (nol), maka penjualan sepeda motor di Indonesia yaitu 6265658,491. Sedangkan, jika inflasi meningkat maka, setiap perubahan Inflasi sebesar 1 poin akan meningkatkan penjualan sepeda motor sebanyak 105332,963 unit karena b positif.

Tabel 4.2
Tabel Model Summary^b

Model	R	R square	Adjusted R square	Std. Error of the estimate
1	,349 ^a	,122	,012	869184,875

a. Predictors: (Constant), Inflasi

b. Dependent Variable: Penjualan motor

Berdasarkan hasil SPSS diatas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi dalam penelitian ini adalah 0,349. Sementara nilai R square atau koefisien deteminasi dari interaksi antara variabel X dan Y diperoleh sebesar 12,2 % yang berarti bahwa variabel bebas X (Inflasi) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 12,2% terhadap Y (penjualan motor). Sedangkan sisanya sebesar 87,8% dipengaruhi oleh fakto-faktor lain diluar variabel X.

4.2 Uji T

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2005). Uji t digunakan untuk mengetahui apakah perubahan inflasi berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap penjualan sepeda motor. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Dari output di dapat t hitung sebesar 10,104. T tabel yang didapat adalah 2,3060. (signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan $df = n-2$ atau $10-2 = 8$). Dengan demikian jika kita bandingkan t hitung dengan t tabel maka dapat kita simpulkan nilai t hitung $>$ t tabel ($10,104 > 2,3060$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa inflasi berpengaruh terhadap penjualan sepeda motor.

4.3 Pengaruh Inflasi Terhadap Penjualan Sepeda Motor

Pengaruh inflasi terhadap penjualan sepeda motor berkaitan dengan perubahan nilai riil mata uang yang terjadi karena adanya inflasi dalam suatu negara dimana mata uang tersebut digunakan sebagai alat tukar atau alat pembayaran yang sah. Sadono Sukirno (2013 : 15) menyebutkan bahwa salah satu akibat buruk inflasi adalah dapat menurunkan kemakmuran golongan besar masyarakat terutama masyarakat berpenghasilan tetap. Dengan menurunnya tingkat kemakmuran, maka berdasarkan teori skala prioritas, masyarakat akan mengurangi pengeluaran tambahan misalnya pengeluaran untuk kebetulan sekunder. Sebab harga barang-barang secara riil cenderung semakin mahal akibat daya beli uang menurun..

Hukum Permintaan menyatakan "*Semakin turun tingkat harga, maka semakin banyak jumlah barang diminta, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang diminta*" (Ahman:2009). Artinya ada hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Pada kasus barang kebutuhan sekunder,

semakin mahal barang tersebut maka permintaan terhadap barang akan turun. Dalam hal ini saat harga sepeda motor mengalami kenaikan maka permintaan terhadap kendaraan bermotor mengalami penurunan. Inflasi yang memiliki dampak menurunkan daya beli masyarakat ini menandakan bahwa perubahan inflasi dapat mempengaruhi daya beli konsumen terhadap penjualan sepeda motor di Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Fina Safitri dalam skripsi yang berjudul Pengaruh Indikator Ekonomi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia (Studi Kasus Sepeda Motor Merek (Honda 2002-2011) dengan persamaan regresi: $Y = -7518.119 - 197.301 X_1 + 6383.524 X_2 + e$. Menyimpulkan bahwa Setiap kenaikan pertumbuhan ekonomi akan menyebabkan peningkatan penjualan sepeda motor Honda sebesar 197.301 (Safitri, 2012).

Ramdan, Muhamad Rizky dkk. Pengaruh Tingkat Inflasi Terhadap Volume Impor Mobil CBU (Completely Built Up) Dengan Nilai Tukar Rupiah Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Volume Impor Mobil Cbu Gaikindo Periode Tahun 2005-2013) Tingkat Inflasi berpengaruh signifikan terhadap Nilai Tukar Rupiah secara langsung dan Variabel Tingkat Inflasi berpengaruh signifikan terhadap Volume Impor Mobil CBU secara langsung (Ramdan, 2014).

Secara teoritis kenaikan tingkat inflasi dapat memberikan dampak negatif berupa lesunya perekonomian negara termasuk penurunan jumlah penjualan dalam bidang otomotif. Namun, dampak negatif dari inflasi ini bisa teratasi jika pemerintah menekan laju inflasi yang terjadi dengan cara mendorong para pengusaha meningkatkan hasil produksinya, menekan tingkat upah untuk mengurangi biaya produksi, serta melakukan pengawasan harga dan menetapkan harga maksimal.

Selain itu, peranan bank sentral dalam mengawasi jumlah uang beredar memiliki peranan tertinggi atas tingkat inflasi. Jika Bank sentral mampu mempertahankan jumlah uang yang beredar tetap stabil, maka inflasi juga akan tetap stabil (Mankiw, 2007:85). Tingkat inflasi yang stabil akan mampu menaikkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Hal ini dapat menjelaskan mengapa meski secara teoritis inflasi dapat berefek negatif tapi pada taraf tertentu dan dengan penanganan tertentu dari pemerintah, inflasi dapat memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, misalnya dalam meningkatkan penjualan sepeda motor di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan hasil persamaan regresi dalam penelitian ini yang menunjukkan angka positif. Artinya pengaruh inflasi terhadap penjualan sepeda motor bersifat searah. Jika inflasi meningkat maka, setiap perubahan Inflasi sebesar 1 poin akan meningkatkan penjualan sepeda motor sebanyak 105.332,963 unit.

Selain itu, jumlah penjualan sepeda motor yang meningkat dari tahun ketahun meski terjadi inflasi dimungkinkan oleh beberapa hal seperti pergeseran nilai dari kendaraan itu sendiri dimana kendaraan bermotor saat ini tak hanya sebagai alat transportasi tapi juga sebagai bagian dari gaya hidup yang memungkinkan konsumennya untuk terus mengkonsumsi (membeli) sesuai tren yang berlaku serta kemudahan dalam kepemilikan sepeda motor melalui sistem kredit yang ditawarkan oleh dealer sepeda motor (Muthmainnah, 2017). Faktor-faktor tersebut dimungkinkan sebagai beberapa faktor lainnya yang tidak diteliti dan secara statistik memiliki pengaruh sebesar 87,8% dan pengaruh inflasi hanya sebesar 12,2 %.

Hal lain yang menjadi pemicu adalah adanya kecenderungan untuk tidak menabung

dalam bentuk uang saat inflasi sebab nilai mata uang terus turun karenanya banyak yang memilih membelanjakan uang yang dimiliki dalam bentuk barang salah satunya adalah dengan membeli sepeda motor maupun membeli barang lainnya. Hal ini berkaitan dengan ekspektasi terhadap barang di masa akan datang.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara inflasi dengan penjualan sepeda motor. Hasil uji hipotesis menunjukkan Besarnya kontribusi inflasi terhadap penjualan sepeda motor terhadap Y (penjualan motor) adalah sebesar 12,2%. Sedangkan sisanya sebesar 87,8% dipengaruhi oleh fakto-faktor lain diluar variabel X. jika perubahan Inflasi bernilai 0 (nol), maka penjualan sepeda motor di Indonesia yaitu 6.265.658,491. Sedangkan, jika terjadi perubahan Inflasi maka, setiap perubahan Inflasi sebesar 1% akan meningkatkan penjualan sepeda motor sebanyak 105332,963 unit karena b positif. Hasil uji signifikansi dengan uji t menunjukan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $10,104 > 2,3060$. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan inflasi berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan sepeda motor.

REFERENSI

- Ahman, Eeng & Yana Rohmana. (2009). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Bandung: Rizqi Press.
- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia.(2017). Data Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia.online. www.aisi.org
- Badan Pusat Statistik. (2017). Statistik Indonesia Tahun 2017.Jakarta : BPS.
- Ghozali, Imam.(2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS.Semarang : UNDIP Press.
- Mankiw, N Gregory.(2007). Makro Ekonomi. Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Ramdan, Muhamad Rizky dkk. (2014). Pengaruh Tingkat Inflasi Terhadap Volume Impor Mobil CBU (Completely Built Up) Dengan Nilai Tukar Rupiah Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Volume Impor Mobil CBU Gaikindo Periode Tahun 2005-2013. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 15 No. 2 Oktober 2014| 1 .online http://administrasi_bisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- M Darmowiyono, W Yuliyanto, KI Purnomo, W Marlina... - Journal of Physics: Conference Series, 2021 Application of the Simple Multi Attribute Rating Technique (SMART) Method in the selection of thrush medicine products based on consumers <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1783/1/012015/meta>

Safitri, Fina. (2012). Pengaruh Indikator Ekonomi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia (Studi Kasus Sepeda Motor Merek (Honda 2002-2011). Skripsi. Universitas Gunadarma.

Samuelson. (2004). Ilmu Ekonomi Makro edisi 17. Jakarta : Salemba

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV.Afabeta

Sukirno, Sadono. (2013). Makro Ekonomi Teori Pengantar. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Swastha DH ,Basu. (2005). Manajemen Penjualan. Yogyakarta: BPFE