

Pengaruh Kreativitas dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie Kota Medan

Dedy Lazuardi

Manajemen, STIE Eka Prasetya, Indonesia

Email: dedylazuardi78@gmail.com

Abstract

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Source of data in the form of primary data and secondary data. Primary data obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the issues discussed. The research population that will be used in this research is all resellers in 2022 as many as 111 resellers. The sampling technique uses saturated sampling technique, which means that all members of the population are used as samples. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the research analysis show that Creativity has a $t_{count} (3.615) > t_{table} (1.982)$ with a significance level of $0.000 < 0.005$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Creativity on Business Success Selling Gudie Perfume in Medan City. The results of the analysis show that the Motivation has a value of $t_{count} (4.941) > t_{table} (1.982)$ with a significance level of $0.000 < 0.005$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Motivation on Business Success Selling Gudie Perfume in Medan City. The results of this study are supported by the value of R Square (R^2) or the coefficient of determination obtained at 0.515, meaning that the variable Business Success can be explained by the Creativity and Motivation variables of 51.5% while the remaining 48.5% is influenced by other variables not examined in this research, such as price, product quality, service quality.

Keywords : *Creativity, Motivation; Business Success;*

1. PENDAHULUAN

Pada masa pertumbuhan ekonomi, kebutuhan hidup manusia semakin beragam. Banyak pedagang baik dari dalam dan luar negeri yang bersaing sengit untuk menawarkan berbagai pilihan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Salah satunya pada industri parfum. Bisnis parfum kini sudah marak di Indonesia. Parfum tidak hanya dapat membuat tubuh terasa harum dan wangi, tetapi juga menambah kepercayaan diri. Oleh karena itu, parfum sudah menjadi kebutuhan yang diprioritaskan oleh hampir semua orang. Selain kalangan remaja, parfum juga diminati kalangan mahasiswa, pekerja kantoran hingga orang dewasa. Melihat kondisi ini, dapat dipastikan bahwa bisnis parfum sangat menggiurkan untuk dijalankan.

Keberhasilan Usaha adalah tujuan dari setiap bisnis dijalankan yang dapat dilihat dari perkembangan profit perusahaan dari tahun ke tahun yang berdampak kepada pertumbuhan aset perusahaan. Keberhasilan Usaha adalah tujuan seorang wirausaha dari berhasil bisnis dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan Usaha merupakan suatu hasil dari proses dalam mencapai tujuannya (Sitompul, 2022). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2022) yang berjudul Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19 di kota Jambi yang menunjukkan Karakteristik Wirausaha, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Motivasi secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

Parfum Gudie merupakan parfum brand lokal yang bibitnya di impor dari Perancis dan Inggris. Parfum Gudie yang berlokasi di Komplek CBD Polonia Blok EE No. 63. Gudie parfum terdiri dari 51 varian aroma yang terdapat 18 varian aroma laki-laki dan 33 varian aroma perempuan. Dibuat dengan kualitas yang sangat baik dan harga yang cukup terjangkau. Pencapaian persentase penjualan parfum Gudie tertinggi terjadi pada tahun 2018 dengan pencapaian sebesar 97,74% dengan jumlah 149.482 botol parfum. Sedangkan penjualan terendah pada tahun 2022 yaitu dengan pencapaian sebesar 68,61%. Hal ini diduga disebabkan oleh banyak nya pesaing dari parfum gudie yang lebih menarik dari segi kemasan mau pun banyak nya aroma dan harga dari jual yang kurang bersaing. Dimana, ada beberapa customer yang

membandingkan harga parfum gudie dibandingkan dengan merek parfum lain, sehingga parfum Gudie bukan menjadi pilihan utama bagi customer.

Faktor yang menjadi penyebab menurunnya Keberhasilan Usaha diduga adalah Kreativitas. Hal ini sebabkan karena kurangnya kemampuan Owner yaitu kemampuan dalam hal pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Kreativitas adalah suatu kemampuan pada diri seseorang yang menandai seseorang berpikir Kreatif. Dalam mencapai suatu Keberhasilan Usaha maka perlu juga mendapatkan Motivasi dari lingkungan sekitar. Motivasi merupakan suatu upaya dorongan yang diberikan dari faktor luar atau dalam diri yang diterima oleh seorang untuk dijadikan pedoman atau semangat menjadi maju ke arah yang lebih baik. Motivasi adalah dorongan yang timbul dari dalam luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai (Mamang & Sopiah, 2013)

Untuk menjadi seorang wirausaha, harus memiliki dorongan dari dalam diri sendiri untuk sukses dan memiliki visi misi untuk masa depannya. Owner dari Gudie parfum kurang memiliki pemikiran dan sifat kreatif dalam mengembangkan ide-ide untuk memperbaharui varian atau kemasan baru sehingga para customer bosan dengan produknya. Di samping itu juga, Owner cenderung kurang memberikan Motivasi kepada reseller dalam mencapai Keberhasilan Usaha sehingga reseller gudie parfum tidak memiliki dorongan dalam diri untuk meningkatkan penjualan. Kreativitas dan Motivasi merupakan salah satu hal yang penting dalam meningkatkan penjualan, hal ini akan berdampak terhadap reseller parfum gudie dalam memasarkan produknya sehingga penjualan yang dilakukan akan memberhasilkan usaha.

2. TINJAUAN TEORITIS

2.1. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan penyesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai (Santoso, 2021).. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil jika bisnis tersebut mendapatkan laba walaupun laba belum termasuk satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan suatu usaha (Andrianna, 2021). Indikator keberhasilan usaha

1. Kemampuan menyesuaikan diri
2. Produktivitas
3. Kepuasan Kerja
4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya

2.2. Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk dapat memikirkan dan mengembangkan ide-ide baru, cara-cara baru dalam melihat masalah peluang yang nampak sehingga muncul pemikiran-pemikiran atau solusi kreatif. Kreativitas merupakan usaha melibatkan diri pada proses kreatif yang didasari oleh intelegensi, gaya kognitif, dan kepribadian/motivasi, juga merupakan kemampuan untuk menghasilkan atau mencipta sesuatu yang baru. Indikator dan tahapan terbentuknya kreativitas (Lie et al., 2019) :

1. Ingin Tahu
2. Optimis
3. Fleksibel
4. Mencari solusi dari masalah
5. Orisinil

2.3 Motivasi

Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan, dan Gerakan (Rusdiana, 2020). Motivasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu (Situmorang, 2022). Motivasi merupakan sesuatu yang ada dalam diri seseorang dan tidak tampak dari luar. Motivasi merupakan dorongan seseorang untuk melakukan pembelian dalam konsep keberhasilan usaha (Situmorang, 2023) .Indikator dari suatu motivasi adalah sebagai berikut (Trygu, 2021)

1. Adanya kebutuhan dan dorongan

2. Menunjukkan perhatian dan minat
3. Tekun menghadapi yang dilakukan
4. Ulet menghadapi kesulitan
5. Adanya hasrat dan keinginan untuk berhasil

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan di AP Coffee Komplek Cbd Polonia blok EE No 62-63. Waktu penelitian direncanakan dari bulan Maret 2023 - April 2023. Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menciptakan temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran) (Jaya, 2020).

Sumber data dalam penelitian ini berupa sumber data primer yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan ke konsumen dan wawancara kepada pemilik usaha serta sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku pencatatan hasil penjualan serta observasi lapangan.

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, atau suatu yang dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi penelitian (Arifin, 2017). Jumlah *reseller* parfum merek Gudie pada tahun 2022 berjumlah 111 orang. Maka dari itu, total populasi yang akan dipakai adalah seluruh *reseller* pada tahun 2022 sebanyak 111 orang. Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek yang diteliti dianggap mewakili seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *sampling* jenuh. dikatakan *sampling* jenuh apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sehingga sampel penelitian ini sebanyak 111 *reseller*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini karakteristik responden yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya :

Tabel 2.
Karakteristik Responden

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	87	78,4%
Perempuan	24	21,6%
Total	100	100%
Usia		
< 20 tahun	22	19,8%
20 - 30 tahun	64	57,7%
>30 tahun	25	22,5%
Total	100	100%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	27	24,3%
Wirausaha	35	31,5%
Karyawan/Pegawai Negeri	45	40,5%
Tidak Bekerja	4	3,7%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian (Data diolah)

Uji Validitas

Ketentuan dalam uji validitas adalah jika signifikansi dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data penelitian dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana

(n) adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0.361.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* dengan kriteria jika nilai Alpha > 0,8 maka reliabilitas baik. Hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu :

Tabel 4.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Kreativitas	,943	10	Reliabilitas Baik
Motivasi	,937	10	Reliabilitas Baik
Keberhasilan Usaha	,946	8	Reliabilitas Baik

Dari hasil uji reliabilitas pada variabel Kreativitas, Motivasi, dan Keberhasilan Usaha berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas pada semua variabel dapat dikategorikan baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		111
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.41961816
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.045
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,74 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada penyajian tabel berikut ini :

Tabel 6.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Status	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kreativitas	.538	1.858

	Motivasi	.538	1.858
--	----------	------	-------

a. Dependent Variabel : Keberhasilan Usaha

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Diketahui bahwa kedua variabel independen yaitu Kreativitas dan Motivasi memiliki VIF kurang dari 10 yaitu 1.858 sedangkan nilai Tolerance di atas 0,1 yaitu 0,538. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi terbebas dari asumsi multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7.
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	6.990	1.951
	Kreativitas	.272	.075
	Motivasi	.425	.086

a. Dependent Variabel : Keberhasilan Usaha

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel di atas diperoleh uji regresi linear berganda dengan persamaan regresinya adalah :

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 6,990 + 0,272 \text{ Kreativitas} + 0,425 \text{ Motivasi} + e$$

Nilai konstanta sebesar 6,990, menunjukkan jika variabel Kreativitas dan Motivasi diasumsikan tidak mengalami perubahan (konstan) maka nilai Keberhasilan Usaha sebesar 6,990. Koefisien regresi variabel Kreativitas (b1) bernilai positif sebesar 0,272, menunjukkan bahwa jika Kreativitas meningkat satu persen maka akan terjadi peningkatan Keberhasilan Usaha sebesar 0,272. Koefisien regresi variabel Motivasi (b2) bernilai positif sebesar 0,425, menunjukkan bahwa jika variabel Inovasi Produk meningkat satu persen maka akan terjadi peningkatan Keberhasilan Usaha sebesar 0,425.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Dalam menentukan nilai t_{tabel} , harus mencari dahulu derajat kebebasan (degree of freedom) dengan perhitungan yaitu $df = n - k = 111 - 3 = 108$. Diperoleh besarnya df adalah 108, maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,982. Hasil dari t_{hitung} dapat dilihat melalui penyajian tabel di bawah ini:

Tabel 8.
Hasil Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	6.990	.001
	Kreativitas	.272	.000
	Motivasi	.425	.000

a. Dependent Variabel : Keberhasilan Usaha

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Besarnya t_{hitung} pada variabel Kreativitas adalah 3.615 dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3.615 > 1,982$ dan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dalam hal ini H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie. Besarnya t_{hitung} pada Motivasi adalah 4.941, dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $4.941 > 1,982$ dan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dalam hal ini H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.

Uji F (Uji Simultan)

Untuk mencari nilai F_{tabel} diperlukan tabel distribusi F dan menentukan degree of freedom (df) nya yaitu, $df_1 = k-1 = 3-1 = 2$, dan $df_2 = n-k = 111- 3 = 108$ sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,08.

Tabel 9.
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	3432.961	2	1716.481	57.376	.000 ^b
	Residual	3230.949	108	29.916		
	Total	6663.910	110			

- a. Dependent Variabel : Keberhasilan Usaha
b. Predictors : (Constant), Motivasi, Kreativitas
Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dapat dilihat bahwa nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($57,376 > 3,08$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian, Kreativitas dan Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.506	5.46957

- a. Predictors : (Constant), Kreativitas, Motivasi
b. Dependent Variable : Keberhasilan Usaha
Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel di atas diketahui nilai hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi R Square yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,515. Hal ini menunjukkan bahwa 51,5% Keberhasilan Usaha Parfum Gudie dipengaruhi oleh variabel Kreativitas dan Motivasi sedangkan sisanya yaitu 48,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Harga dan Kualitas Produk.

Pembahasan

Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil perhitungan uji secara parsial dengan menggunakan uji -t, diperoleh nilai thitung untuk variabel Kreativitas adalah 3.615 dan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,982. Oleh karena nilai thitung > t_{tabel} maka dapat dinyatakan bahwa Kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.

Penelitian ini sesuai dengan teori dari penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus pada UMKM Dipadembangan Jakarta Utara menyatakan bahwa Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan Keberhasilan Usaha.

Pengaruh Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil perhitungan uji secara parsial dengan menggunakan uji-t, diperoleh nilai thitung untuk variabel Motivasi adalah 4.941 dan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,982. Oleh karena nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka dapat dinyatakan bahwa Motivasi secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Farida & Widayanti, 2015) yang berjudul Analisis pengaruh Motivasi, Kemampuan Kerja, dan Jiwa Wirausaha terhadap Keberhasilan

Usaha Sentra pada Kripik Tempe Sanan Malang yang membuktikan bahwa Motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Pengaruh Kreativitas dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 57,376 dan nilai F_{tabel} adalah 3,08. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa Kreativitas dan Motivasi secara serempak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.

Dari hasil penelitian ini peneliti memperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,515. Hal ini menunjukkan bahwa 51.5% variabel Keberhasilan Usaha pada penjualan Parfum Gudie dipengaruhi oleh variabel Kreativitas dan Motivasi sedangkan sisanya yaitu 48.5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Kreativitas dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada Kreativitas dan Motivasi sebesar satu-satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat. Kreativitas secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Parfum Gudie. Motivasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Parfum Gudie. Kreativitas dan Motivasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Parfum Gudie. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel Kreativitas dan Motivasi keterkaitan terhadap Keberhasilan Usaha pada Parfum Gudie

REFERENCES

- Andrianna, A. N. (2021). *Peran Wirausaha Dalam Pengembangan UMKM Dan Desa Wisata*. Lakiesha.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 Untuk Penelitian Dan Skripsi*. Gramedia.
- Dewi. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 11(2), 400–412.
- Farida, E., & Widayanti, R. (2015). Analisis Pengaruh Motivasi, Kemampuan Kerja Dan Jiwa Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Kripik Tempe Senan Malang. *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Manajemen*, 22(1), 50–59.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Quadrant.
- Lie, D., Sudirman, A., & Butar-butur, M. (2019). Analysis of Mediation Effect of Consumer Satisfaction on the Effect of Service Quality, Price and Consumer Trust on Consumer Loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 421–428.
- Mamang, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Rusdiana. (2020). *Kewirausahaan Teori Dan Praktik*. CV. Pustaka Setia.
- Santoso, H. B. (2021). *Industri Peternakan*. CV. Andi Offset.
- Sitompul, R. S. (2022). *UMKM Dan Koperasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Situmorang, I. R. (2022). *Situmorang, I. R. (2022). Perilaku Organisasi: Konsep Dasar Perilaku Dalam Organisasi*. Economics dan Business Publishing.
- Situmorang, I. R. (2023). Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1–9.
- Trygu. (2021). *Teori Motivasi Abraham H.Maslow Dan Implikasinya Dalam Belajar Matematika*. Guepedia.