

PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK RABBANI MELALUI PENERAPAN BISNIS INTELIJEN DENGAN METODE OLAP (ONLINE ANALYTICAL PROCESS)

Tri Ginanjar Laksana¹, Jubaedah², Nana Suarna³

Program Studi Teknik Informatika, Konsentrasi Rekayasa Perangkat Lunak, STMIK IKMI
Cirebon

Jl. Perjuangan No. 10-B Majasem Cirebon

Telp. (0231)490481

E-mail: laksana.anjar@gmail.com

ABSTRAK

Tahun 2015 reShare rabbani cipto-cirebon mengalami kondisi penjualan yang tidak stabil. Hal ini terjadi karena di daerah tersebut banyak berdiri toko-toko baru dari reShare lain. Akibatnya penjualan produk rabbani mengalami penurunan omset pada 12 minggu terakhir ditahun 2015. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode OLAP (Online Analytical Processing). Metode ini terdiri dari tiga tahapan operasi analisa dasar, diantaranya consolidation (roll-up), drill-down, slicing and dicing. Aplikasi bantu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu PowerOLAP versi 14. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan prediksi pada toko rabbani cipto-cirebon dalam meningkatkan penjualan produknya. Serta dapat membatu dalam memberikan inovasi baru pada produk rabbani agar banyak pengunjung datang. Sehingga dapat menghasilkan informasi yang tepat untuk membantu pihak manajemen dalam meningkatkan produktifitas penjualan.

Kata Kunci: bisnis intelijen, powerolap versi 14, analisa dasar, consolidation, drill-down.

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia fashion, model dan tren busana selalu mengalami perubahan setiap tahunnya. Salah satu brand atau merek yang berpengaruh dalam dunia fashion di indonesia adalah Rabbani. Rabbani merupakan Pelaku industri menyajikan busana Muslim terutama bagi wanita sebagai obyek untuk memberikan tuntutan berbusana Muslim yang modis namun sesuai syariat.

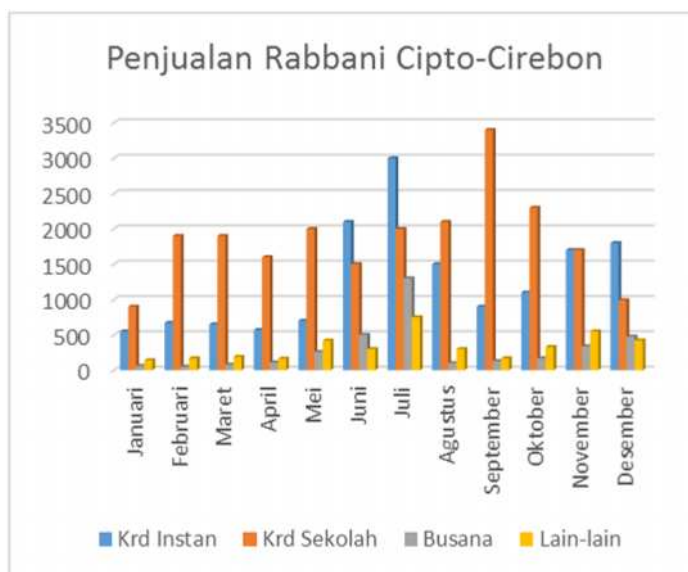
Pada penelitian yang telah dilakukan Rahmadhani, *dkk* dengan topik penelitian mengenai Pengaruh Fashion Involvement Dan Sales Promotion Terhadap Impulsive Buying Pada Toko Busana RABBANI Bandung, yang mana masalahnya adalah adanya cara berpakaian modern namun tetap syar'i menurut agama islam dan hasil dari penelitian ini adalah informasi akan solusi untuk kaum wanita muslimah yang berhijab dalam mengikuti tren fashion namun tetap syar'i dan sesuai perintah al-qur'an. (Rahmadhani, *dkk*, 2013). Pada penelitian yang telah dilakukan Saikoo Muhammad, *dkk* dengan topik penelitian mengenai Pengaruh promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani, yang mana masalahnya adalah adanya cara berpakaian modern namun tetap syar'i menurut agama islam dan hasil dari penelitian ini adalah solusi untuk kaum wanita muslimah yang berhijab dalam mengikuti tren fashion namun tetap syar'i dan sesuai perintah al-qur'an. (Muhammad, 2014). Pada penelitian yang telah dilakukan Mega Rosalita dan Drs. Parjono, M.Si dengan topik penelitian mengenai Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen kerudung Produk Rabbani Pada Komunitas Mahasiswi Muslim di UNESA KETINTANG, yang mana masalahnya adalah adanya cara berpakaian modern namun tetap syar'i menurut agama islam dan hasil dari penelitian ini adalah solusi untuk kaum wanita muslimah yang berhijab dalam mengikuti tren fashion namun tetap syar'i dan sesuai perintah al-qur'an. (Parjono, 2013)

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh dari lapangan, maka dapat dilihat pada tabel dan grafik dibawah ini :

Tabel 1. Penjualan Rabbani Cirebon

Bulan	Jenis Produk				Total
	Krd Instan	Krd Sekolah	Busana	Lain-lain	
Januari	550	900	62	141	1653
Februari	670	1900	50	170	2790
Maret	650	1900	80	190	2820
April	570	1600	110	165	2445
Mei	700	2000	260	420	3380
Juni	2100	1500	500	300	4400
Juli	3000	2000	1300	750	7050
Agustus	1500	2100	100	300	4000
September	900	3400	130	170	4600
Oktober	1100	2300	170	330	3900
November	1700	1700	340	550	4290
Desember	1800	990	477	423	3690

Sumber Data : Rabbani Cipto-Cirebon, 2015



Sumber Data : Rabbani Cipto-Cirebon, 2015

Gambar 1. Statistik Penjualan Rabbani Cirebon

Berdasarkan tabel 1. dan gambar 1., dapat disimpulkan bahwa penjualan produk rabbani mengalami kondisi yang tidak stabil(naik turun), dimana pada bulan januari mampu menjual sebanyak 1653 spc, pada bulan februari menjuala sebanyak 2790 spc, pada bualan maret menjual sebanyak 2820 spc , bulan april menjual sebanyak 2445 spc, bulan mei menjual sebanyak 3380 spc, bulan juni menjual sebanyak 4400 spc, bulan juli menjual sebanyak 7050 spc, bulan agustus menjual sebanyak 4000 spc, bulan september menjual

sebanyak 4600 spc, bulan oktober menjual sebanyak 3900 spc, bulan november menjual sebanyak 4290 spc dan pada bulan desember menjual sebanyak 3690 spc.

Berdasarkan data real diatas, dapat di simpulkan bahwa penjualan produk rabbani di cipto mengalami kondisi yang tidak stabil atau naik turun , dimana bulan april , penjualan produk rabbani mulai menurun dengan hasil sekitar 2445 spc dan kembali naik pada bulan mei, serta turun kembali pada 12 minggu terakhir di tahun 2015. Hingga di tahun 2015 hanya mengalami sedikit kenaikan , dalam kondisi seperti ini disebabkan oleh beberapa faktor masalah seperti adanya toko-toko baru dari reshare lain yang berada di daerah tersebut, belum cukup tersedia tenaga ahli di bidang pemasaran, dan harga rabbani yang lumayan cukup mahal. Selain itu, ada beberapa masalah mengenai beberapa brand pesaing yang banyak mengeluarkan produk barunya.

Mengenai masalah tren hijab yang sekarang sedang in, rabbani merupakan salah satu dari produsen hijab dan busana muslimah yang sedang in saat ini. Tren mode zaman sekarang lebih mengacu kenapa tren mode wanita muslimah yang mengenakan hijab atau kerudung sebagai bentuk menutup salah satu auratnya yaitu rambut, dengan kondisi seperti ini otomatis banyak produsen-produsen busana lain yang mendadak memproduksi hijab. Oleh karena itu dengan banyaknya produsen-produsen yang memproduksi hijab sangat berpengaruh dalam penjualan produk rabbani.

Akar masalah dari penelitian ini adalah penurunan jumlah penjualan produk rabbani pada tahun 2015. Hal ini dikarenakan banyak reshare-reshare baru mendirikan toko di daerah tersebut, kurangnya pengetahuan akan strategi penjualan yang baik, serta kurangnya pakar dalam mengatasi solusi terbaik dari permasalahan tersebut. Untuk itu perlu adanya strategi khusus dengan menerapkan bisnis intelijen sebagai salah satu metode dalam meningkatkan penjualan di rabbani. Dalam penelitian bisnis intelijen, Pengambilan judul ini diambil karena busana merupakan kebutuhan primer bagi setiap manusia. Busana juga memiliki peran penting dalam kemajuan tren, tren sekarang yang sedang in adalah tren mode berpakaian berhijab atau sering di sebut sebagai hijabers. Hijabers sekarang sudah menjadi salah satu komunitas yang setara dengan komunitas yang berlevel high class, oleh karenanya mode hijab zaman sekarang sudah bervariasi. Salah satu merek atau brand hijab yang masih sampai sekarang yaitu rabbani.

Oleh karena itu diusulkan penelitian dengan judul “Peningkatan Penjualan Produk Rabbani Melalui Penerapan Bisnis Intelijen Dengan Metode Olap (Online Analytical Process) “. Adapun yang menjadi alasan dilakukannya penelitian dengan judul tersebut adalah banyaknya permasalahan yang terjadi di toko rabbani, serta kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang baik, maka dengan bisnis intelijen ini diharapkan dapat menghasilkan perangkat lunak atau solusi yang dapat membantu dalam strategi pemasaran dalam mempromosikan produk-produknya.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Adanya toko baru dari reshare lain yang ada di daerah tersebut.
2. Kurangnya pengetahuan akan strategi pemasaran yang baik dan benar.
3. Belum tersedianya data warehouse mengenai pengolahan data informasi penjualan produk rabbani berdasarkan tipe dan jenis barang.
4. Keterbatasan ahli dalam pemasaran produk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana menganalisa penyebab jumlah penurunan penjualan produk rabbani melalui penerapan bisnis intelijen dengan teknik olap ?.
2. Bagaimana mengetahui sebab dan akibat penurunan jumlah penjualan produk rabbani, solusi dan cara pemasaran yang tepat melalui penerapan bisnis intelijen menggunakan teknik olap ?.
3. Bagaimana merancang pemodelan bisnis intelijen dengan teknik olap pada produk rabbani ?.

1.3 Tujuan Khusus

Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Ingin menganalisa penyebab jumlah penurunan penjualan produk rabbani melalui penerapan bisnis intelijen dengan teknik olap.
2. Ingin mengetahui sebab dan akibat penurunan jumlah penjualan produk rabbani, solusi dan cara pemasaran yang tepat melalui penerapan bisnis intelijen menggunakan teknik olap.
3. Ingin merancang pemodelan bisnis intelijen dengan teknik olap pada produk rabbani.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

Busana atau fashion pada dasarnya merupakan kebutuhan primer untuk semua manusia. Dalam dunia fashion, tren busana yang sedang in saat ini adalah tren busana muslimah yang mengenakan hijab atau kerudung untuk menutupi rambutnya. Rabbani merupaka brand hijab dan busana muslim pertama kali yang memperkenalkan model-model kerudung dan busananya di masyarakat, namun seiring berkembangnya zaman banyak produsen-produsen hijab dan busana muslim baru yang mampu menyaingi rabbani. Dengan kondisi tersebut rabbani mengalami penjualan yang lumayan menurun. Oleh karena itu busana yang baik adalah busana yang cocok dan sesuai dengan ukuran tubuh serta karakter si penggunanya.

Menurut Lita Alfriany Ndoloe dalam penelitiannya yang berjudul Sistem Informasi Lulusan dengan Metode Online Analytical Processing (OLAP) Pada Politeknik Negeru Kupang menyatakan :

“Bisnis Intelijen merupakan sistem informasi yang mampu menjelaskan tentang suatu teknologi mengkonversi data berdasarkan sistem yang berbasis data menghasilkan informasi yang tepat waktu untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan bisnis.” (Ndoloe, 2012)

Menurut Novi Sofia Fitriyani dalam penelitiannya yang berjudul Perancangan Sistem Informasi Business Intelligence Lulusan Dengan Menerapkan Metode Olap menyatakan :

“OLAP (On-Line Analytical Processing) merupakan salah satu analisis data terhadap data (data warehouse) dan kemudian membuat laporannya sesuai dengan permintaan user. Penggunaan metode OLAP dalam pembuatan laporan dapat mempermudah dalam menampilkan informasi untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan lulusan.” (Fitriyani, 2008)

Menurut Saluky dalam penelitiannya yang berjudul Aplikasi Business Intelligence Menggunakan Metode Balanced Scorecard Untuk Mengukur Kinerja Marketing Indosat Cirebon dalam page 194, menyatakan bahwa :

“*Balanced scorecard* digunakan untuk menyeimbangkan usaha dan perhatian eksekutif ke kinerja keuangan dan non-keuangan, serta kinerja jangka pendek dan kinerja jangka panjang. Jadi dapat disimpulkan pengertian dari metode balanced Scorecard adalah sebuah perencanaan strategis dan sistem manajemen yang digunakan secara ekstensif dalam bisnis dan industri, pemerintah, dan organisasi nirlaba di seluruh dunia untuk kegiatan usaha untuk menyelaraskan visi dan strategi organisasi,

meningkatkan komunikasi internal dan eksternal, dan memantau kinerja organisasi terhadap strategis tujuan.” (Saluky, 2011)

Maka diusulkan penelitian dengan judul “ Peningkatan Penjualan Produk Rabbani Melalui Penerapan Bisnis Intelijen Dengan Metode Olap (Online Analytical Process) “. Adapun yang menjadi alasan dilakukannya penelitian dengan judul tersebut adalah karena adanya penurunan penjualan yang di alami oleh rabbani setelah berdirinya toko reshare baru yang berada di daerah tersebut, serta kurangnya pengetahuan dalam strategi pemasaran yang baik dan tepat. Maka dengan diterapkannya bisnis intelijen dalam penjualan produk rabbani ini mampu meningkatkan kembali jumlah penjualan rabbani.

Berpijak pada teori Lita Alfriany Ndoloe, tentang bisnis intelijen, dan OLAP Untuk menentukan sistem informasi kelulusan menyatakan bahwa Berdasarkan kemajuan dalam bidang komputer dan informatika, kerumitan dan kesulitan dapat ditanggulangi dengan menyediakan suatu perangkat lunak berupa bisnis intelijen untuk mendapatkan sebuah informasi suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan produk tersebut. Oleh karena itu untuk menjawab semua kebutuhan ini, maka penting kiranya dirancang dan dikembangkan sebuah perangkat lunak bisnis intelijen untuk mendapatkan sebuah informasi yang kemudian dikembangkan lagi guna kepentingan universitas. Untuk menyelesaikan masalah pada penelitian ini dengan menggunakan Metode OLAP yang digunakan adalah PowerOlap versi 14. (Ndoloe, 2012)

Berpijak pada teori Novi Sofia Fitriasari tentang sistem informasi lulusan, bIsnis Intelijen, dan metode OLAP Untuk menentukan kriteria lulusan, kerumitan dan kesulitan dapat ditanggulangi dengan menyediakan suatu perangkat lunak bisnis intelijen berupa program untuk menentukan kriteria lulusan. Oleh karena itu untuk menjawab semua kebutuhan masyarakat, maka penting kiranya dirancang dan dikembangkan sebuah perangkat lunak bisnis intelijen untuk sistem informasi lulusan. Untuk menyelesaikan masalah pada penelitian ini dengan menggunakan Metode OLAP dengan alat bantu yang digunakan adalah PoerOlap versi 14.(Fitriasari, 2008)

Maka dalam pelaksanaannya penelitian paper ini, peneliti akan menggunakan teori di atas sebagai asumsi yang menjadi dasar landasan dan konsep penelitian paper yang coba peneliti kembangkan di lapangan nantinya. Menurut Rizka Suci Rahmadhani dan Putu Nina Madiawati dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Fashion Involvement Dan Sales Promotion Terhadap Impulsive Buying Pada Toko Busana RABBANI Bandung mengatakan bahwa :

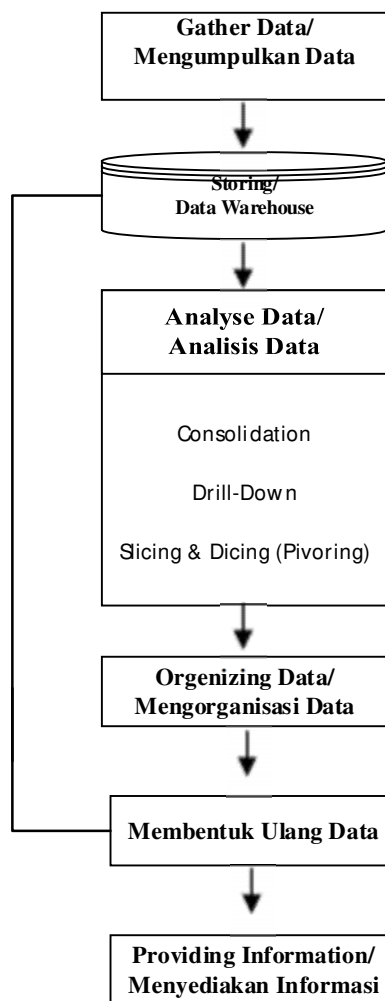
“Saat ini merupakan hal yang lazim bila tren *fashion* busana Muslim disejajarkan dengan tren *fashion* lainnya. Hal itulah yang menyebabkan penggunaan busana Muslim sebagai tren dalam *fashion*. Pelaku industri menyajikan busana Muslim terutama bagi wanita sebagai obyek untuk memberikan tuntutan berbusana Muslim yang modis namun sesuai syariat.” (Madiawati, 2013)

Dari teori yang telah diungkapkan oleh Menurut Rizka Suci Rahmadhani dan Putu Nina Madiawati tentang fashion yang baik bagi kaum wanita berhijab sesuai dengan ukuran aturan syar’i agama islam, maka dijadikan sebagai acuan dalam mengungkap dan menggali lebih dalam informasi-informasi yang ada dilapangan.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksperimen yang akan mencoba mengimplementasikan metode OLAP (Online Analytical Proses di dalam Bisnis Intelijen dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk rabbani, dimana tahapan – tahapan penerapan metode OLAP (Online Analitical Proses) dalam Bisnis Intelijen penelitian ini, yaitu :



Gambar 2. Tahapan Metode Penelitian

Gambar 2. Menjelaskan tahapan penelitian yang akan dilakukan selama melaksanakan eksperimen peningkatan penjualan produk RABBANI, untuk menghasilkan hasil yang ingin dicapai didalam penelitian ini, berikiut adalah pendeskripsian tentang tahapan – tahapan dalam penelitian, yaitu :

1. Gathering Data/ Pengumpulan Data

Pada tahap ini, penulis melakukan observasi langsung ke toko rabbani yang berada di jalan cipto kota Cirebon, kemudian peneliti meminta izin meminta data penjualan toko dan mewawancarai salah satu pegawai rabbani mengenai data yang peneliti minta.

2. Storing Data/ Data Warehouse

Pada tahap, data yang di dapatkan oleh peneliti adalah data penjualan pada tahun 2015, data nya berbentuk softcopy dengan tools microsoft excel dan terdapat beberapa tabel di dalamnya.

3. Analyse Data/ Data Analisis

Data yang di dapatkan oleh peneliti adalah data penjualan toko rabbani di tahun 2015. Data tersebut berbentuk softcopy dengan tools mic.excel 2013. Kemudian data tersebut peneliti juga mendapatkan data berbentuk grafik yang mana dalam data grafik ini terlihat jelas penjualan toko rabbani tidak stabil, yang mana 12 minggu terakhir pada tahun ini penjualan di toko tersebut terlihat sekali semakin menurun. Secara logika, akhir tahun merupakan hari

yang seharusnya ramai dan bahkan mungkin seharusnya toko rabbani kekurangan stok produk, namun pada tahun 2015 tidak seperti itu kondisinya berbanding terbalik, hal ini terjadi karena ada beberapa masalah yang di alami oleh toko tersebut baik masalah internal maupun eksternal.

4. Organizing Data/ Mengorganisasi Data

Pada tahap ini peneliti melakukan pengorganisasian data, dimana data yang dimiliki oleh peneliti di bagi menjadi beberapa kategori data yaitu :

- Kategori kerudung : pada kategori ini terdapat berbagai jenis kerudung yang di produksi dan di jual oleh rabbani baik dari segi model, corak, warna seta ukurannya.
- Kategori busana : pada kategori ini busana yang terdapat di rabbani yaitu busana muslimah syar'i namun tetap modis, dimana semua jenis busana ada di rabbani baik untuk kaum perempuan dan laki-laki yang dewasa dan remaja serata untuk anak-anak dan keluarga ada di rabbani.
- Kategori lain-lain : pada kategori ini banyak sekali jenisnya, yang termasuk ke dalam kategori ini adalah daleman kerudung atau ninja, bros, kaos kai, cadar, ciput, dan lain sebagainya.

5. Membentuk Ulang Data

Pada tahap ini peneliti melakukan cek ulang data yaitu apabila adanya kesalahan atau kekeliruan dalam pembuatan kategori data di atas atau kekeliruan memasukan data penjualan maka akan segera di konfirmasi dengan pihak rabbani.

6. Providing Information/ Menghasilkan Informasi

Pada penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang tepat untuk membantu peningkatan penjualan produk rabbani khususnya di wilayah ciebon. Informasi yang diharapkan meliputi :

- Informasi mengenai strategi pemasran yang baik dan tepat.
- Informasi mode atau tren hijab yang banyak di gemari semua kalangan agar rabbani dapet menciptakan inovasi hijab baru namun tetap syar'i.
- Informasi tanggapan masyarakat mengenai produk dan layanan rabbani supaya rabbani dapat meningkatkan kualitas produk serta pelayanannya agar pelanggan merasa nyaman datang dan membeli produk rabbani.

A. Kebutuhan Hardware dan Software

1) Kebutuhan Hardware

- a. RAM 2 GB
- b. AMD Dual-Core Prcessor C60
- c. HDD 320 GB
- d. Keyboard
- e. Monitor
- f. Mouse

2) Kebutuhan Software

- a. Power OLAP Versi 14
- b. Pivot Table Exstention
- c. Microsoft Excell 2013

4. PEMBAHASAN, HASIL DAN INTERPRETASI

1. Pembahasan, Hasil dan Interpretasi

Hasil pemodelan Peningkatan Penjualan Produk Rabbani Melalui Penerapan Bisnis Intelijen Dengan Metode Olap (Online Analytical Process), dapat membantu dalam menyajikan informasi yang berkaitan dengan peningkatan penjualan produk rabbani di kota dan kabupaten Cirebon. Pemodelan ini di rancang menggunakan tools power olap versi 14 dan pivotable extension, selanjutnya diterapkan menggunakan metode OLAP (Online Analytical Process) pada Peningkatan penjualan produk rabbani di kota dan kabupaten Cirebon. Perancangan pemodelan didalam power olap versi 14 di mulai dengan membuat database di dalam Power OLAP 14, yang menyimpan semua data training yang akan dilakukan analisa secara keseluruhan berupa entitas yang berperan dalam membangun pemodelan, kemudian proses output yang dilakukan berupa prediksi sementara peningkatan penjualan produk rabbani di kota dan kabupaten Cirebon. Tahapan 2 dilakukan dengan membuat dimension, dimana terdapat 3 atribut yaitu Harga, Bulan, dan Wilayah.

Didalam dimension Bulan terdapat nama bulan, total perbulan, dan bagian. Nama bulan berisi bulan ke 1 sampai dengan bulan ke 12, yang bertujuan untuk menghasilkan prediksi kualitas penjualan produk rabbani di kota dan kabupaten Cirebon berdasarkan bulan.

Selanjutnya Wilayah berisi atribut Cirebon, Arjawinangun, Indramayu, Majalengka, Kuningan, dan Total Wilayah. Lalu Harga berisi atribut penjualan bersih, biaya penjualan, dan laba kotor. Kemudian setelah membuat dimension selanjutnya kita akan membuat cube dengan nama Anggaran tahun berjalan. Dimension Harga, Bulan, dan Wilayah selanjutnya di masukan kedalam variabel cube yang telah kita buat. Kemudian kita membuat slice baru dan pilih cube Anggaran Tahun Berjalan. Save slice dengan masing masing nama yaitu harga berdasarkan bulan dan harga berdasarkan wilayah dan mengubah option dari calculation mode menjadi Automatic lalu kita lakukan uji coba dengan masukan nominal kedalam record. Kemudian kita import. Langkah selanjutnya adalah melakukan measruement atau perhitungan, dengan membuka database yang telah dibuat lalu membuat formula 1 dengan rumus Prediksi untuk bulan februari = januari * 1.5 (prediksi persen/bulan). Formula 2 dengan rumus Margin (Batasan) % = (Laba Kotor/ Penjualan Bersih)*100 dan kita akan mendapatkan kesimpulan dan prediksi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil, pembahasan dan intepretasi, dapat disimpulkan bahwa, peningkatan penjualan terjadi bila terjadi hari hari besar. Dimana memberikan dorongan kepada masyarakat untuk membeli kebutuhan tersier ini.

Kesimpulan selanjutnya dapat dikatakan bahwa, prediksi fasion terbanyak pada penjualan yang ada, trend pasar memiliki andil besar terhadap jumlah pembelian fasion yang ada. Namun trand tersebut tidak di ikuti dengan adanya daya saing dari market, akibatnya banyak sekali permintaan tetapi sulit barang yang didapat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Ketua STMIK IKMI Cirebon, dan jajarannya, yang telah mmbantu penelitian ini dan memberikan sumbangsih pendanaan TA. 2015/2016.

DAFTAR PUSTAKA

- Lita Alfriany Ndoloe. (2012). Sistem Informasi Lulusan dengan Metode Online Analytical Processing (OLAP) Pada Politeknik Negeru Kupang. *Sistem Informasi Bisnis*, 02(Sistem Informasi), 84–88.
- Mega Rosalita dan Drs. Parjono, M. S. (2013). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen kerudung Produk Rabbani Pada Komunitas Mahasiswi Muslim di UNESA KETINTANG. *E-JOURNAL UNESA*, 1–14.
- Novi Sofia Fitriasari. (2008). Perancangan Sistem Informasi Business Intelligence Lulusan dengan Menerapkan Metode OLAP. *Teknologi Informasi*, 2008(Snati), 53–58.
- Rizka Suci Rahmadhani dan Putu Nina Madiawati. (2013). Pengaruh Fashion Involvement Dan Sales Promotion Terhadap Impulsive Buying Pada Toko Busana RABBANI Bandung, 1–7.
- Saikoo Muhammad, H. dan B. (2014). Pengaruh promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani, 1–8.
- Saluky. (2011). Aplikasi Business Intelligence Menggunakan Metode Balanced Scorecard Untuk Mengukur Kinerja Marketing Indosat Cirebon. *Informatika*, 7(02), 191–200.