



Analisis Permintaan dan Pendugaan Struktur Pasar pada Industri Jasa Laundry Kiloan di Bandar Lampung

Anggun Aprilia ^{1*}, Heru Wahyudi ²

¹⁻² Universitas Lampung, Indonesia

Korespondensi Penulis : anggunaprilia1811.026@gmail.com

Abstract, *This study aims to analyze demand and market structure in Bandar Lampung's kilo laundry service industry. Focusing on identifying the relationship between price and consumer preferences on laundry demand, and determining market structure characteristics using the Herfindahl-Hirschman Index. Primary data was collected through surveys, interviews, and questionnaires from 46 kiloan laundry business owners in Labuhan Ratu District. Secondary data was obtained from literature and related institutions. Results indicate that the kilo laundry service industry in Bandar Lampung has a monopolistic competitive market structure, with a Herfindahl-Hirschman Index value of 0.0372. Price variables significantly negatively affect demand, while consumer preferences show no significant impact. Based on these findings, non-price policies such as improving service quality are recommended to enhance competitiveness and performance.*

Keywords: *Demand, Market Structure, Kilo Laundry Service, Bandar Lampung, Herfindahl-Hirschman Index.*

Abstrak, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permintaan dan struktur pasar pada industri jasa laundry kiloan di Kota Bandar Lampung. Penelitian difokuskan untuk mengidentifikasi hubungan antara harga dan selera konsumen terhadap permintaan jasa laundry serta menentukan karakteristik struktur pasar berdasarkan indeks Herfindahl-Hirschman. Data primer dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan kuesioner dari 46 responden pemilik usaha laundry kiloan di Kecamatan Labuhan Ratu, sementara data sekunder diperoleh dari literatur dan instansi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar industri jasa laundry kiloan di Bandar Lampung termasuk dalam kategori pasar persaingan monopolistik, dengan nilai indeks Herfindahl sebesar 0,0372. Variabel harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan, sementara selera konsumen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil ini, kebijakan non-harga seperti peningkatan kualitas layanan disarankan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja usaha laundry kiloan.

Kata kunci: Permintaan, Struktur Pasar, Laundry Kiloan, Bandar Lampung, Indeks Herfindahl

1. PENDAHULUAN

Industri merupakan kegiatan mengolah mentahan menjadi produk jadi bernilai tambah guna mendapat keuntungan (Hasibuan, 1993). Jasa sama seperti barang, ialah produknya industri. Proses industrialisasi berfungsinya sebagai sarana guna menaikkan derajat hidup masyarakat sekaligus kualitas hidupnya. Peningkatan kualitasnya sumber daya selain itu pun erat kaitannya ke industrialisasi.

Besarnya penduduk membuat makin ketatnya kompetisi guna mendapat pekerjaan. Kini, Bandar Lampung ialah pusat dagang, jasa, ekonominya Lampung. Dengan terus meningkatnya jumlah pertumbuhan penduduk, secara langsung juga diikuti dengan meningkatnya kebutuhan akan produk industri di Bandar Lampung. Pada penelitian Identifikasi Pusat Pertumbuhan Dan Interaksi Spasial Di Provinsi Lampung Bandar Lampung masuk pada Kuadran pertama adalah daerah cepat maju daerah dan cepat tumbuh yaitu daerah yang memiliki tingkat PDRB Perkapita dan laju pertumbuhan yang lebih unggul dibandingkan dengan wilayah referensi. Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian ini di kota Bandar Lampung (Emalia dan Farida 2018)

Pasar memiliki fungsi, salah satunya untuk menetapkan nilai. Dalam ekonomi pasar, harga merupakan alat pengukur nilai, yang merupakan fungsi permintaan konsumen. Struktur pasar adalah karakteristik pasar yang mempunyai sifat kompetisi dan harga di pasar. Persaingan yang dimaksud adalah kekuatan suatu perusahaan untuk mempengaruhi pasar dan mekanisme pasar. Makin kecil pengaruh perusahaan secara individual untuk mengubah harga, maka semakin tinggi tingkat persaingan pasar { Wahyudi *et al.*, 2022; Sukirno:2008}.

2. METODE PENELITIAN

Industri

Sesuai UU terkait industri (1984) No.5 mengemukakan industri ialah aktivitas ekonomi dimana merombak mentahan ke produk bernilai lebih tinggi guna dimanfaatkan, mencakup pula aktivitas desain dan rekayasa industri. Berdasar teori mikroekonomi, industri terbangunnya dari sekelompok bisnis yang produksinya homogen. Dari segi makro, industri bisa ditela sebagai aktivitas ekonomi yang membuat hal menjadi mempunyai tambahan nilainya (Hasibuan, 1993).

Jasa

Jasa industri ialah kegiatan industri dimana melayani kebutuhannya pihak lain. Pihak lainnya memasok bahan mentah, dan pengolah sekadar melakukan pengolahan dengan imbalan tertentu. Industri jasa ini membuat produk tak ada wujud dimana tak bisa mengarahnya ke kepemilikan. Ciri pembedannya dari industri barang yaitu *intangibility*, *variability*, *inseparability*, *perishability* (Kotler & Armstrong, 2008). Sehingga bisa disebut bisnis jasa ialah yang tak bisa dimiliki, tak ada wujudnya, dan cepat hilang. Jasa ialah tindakan ditawarkannya oleh satu pihak ke yang lainnya. Produk yang terlibat mungkin bersifat fisik atau non-fisik. Jika berupa fisik, akan mengalami beberapa kali perubahan dalam perkembangannya hingga bisa mencukupi keinginannya pelanggan.

Perdagangan

Sesuai UU No. 07 (2014), perdagangan mencakupnya serangkaian aktivitas berkaitan pertukaran barang/jasa, guna mengalihkan hak atasnya dengan imbalan imbalan. Perdagangan ada dua jenis, nasional-internasional, berdasar sifatnya. Disebut nasional bila transaksinya dalam wilayah negara yang sama, disebut perdagangan internasional bila transaksinya antar negara.

Konsep Pasar Umum dan Pasar Parsial

Kotler (1997) menyebut pasar terdiri dari semua pelanggan potensial dengan kesamaan kebutuhan, yang mampu melakukan pertukaran guna memuaskan kebutuhannya. Pasar dalam

artian luas berfungsinya sebagai tempat bertemunya pembeli-penjual. Ehrenberg dan Smith (2003) mengemukakan tingkat harga barang-jasa mencerminkan ukuran kesediaannya dalam pertukaran tersebut. Pasar dibentuknya melalui proses pertemuan sampai ada konsensus.

Permintaan

Haryati (2007) mengemukakan kurva permintaan ialah hubungan harga dengan jumlah barang diminta. Pada harga tertentu, kurva permintaan mewakili batas paling tingginya pembelian, *ceteri paribus*. Konsumen tak mau membayar lebih tingginya dari jumlah tertentu. Pergeseran kurvanya ke kanan atau ke kiri jika kondisi *ceteris paribus* lainnya tak terpenuhi. Saat pendapatannya seseorang meningkat, permintaannya meningkat, kurva ke kanan, dan sebaliknya.

Konsep Permintaan Individual dan Permintaan Pasar

Permintaan bisa ditinjau dua pandangan: permintaan dari individu dan permintaan kolektif. Oleh sebabnya, krusial guna membedakan kurva permintaan individu dan pasar dalam analisisnya. Kurva permintaan pasar diperoleh melalui penjumlahan kurva permintaan individualnya (Sukirno, 2009).

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Produk

Besarnya permintaan difaktori banyak hal. Menurut Soekartawi (2002), determinannya permintaan meliputi selera, demografi, tingkat pendapatan, dan elastisitas barang. Selainnya itu, Daniel (2002) menegaskan unsur yang memfaktori kuantitas barang diminta yakni: harganya, harga produk alternatifnya, preferensi, demografi, dan pendapatannya. Sehubungannya dengan determinan permintaan, Kelana (1996) mengidentifikasi sejumlah faktornya yakni harga, preferensi, harga barang terkait lainnya, pergeseran ekspektasi relatif, perubahan pendapatan, dan fluktuasi konsumen.

Struktur Pasar

Ini mengacu ke kategorisasi produsen ke berbagai jenis pasar berdasar faktor seperti jenis produknya, jumlah bisnisnya, dan periklanan (Sukirno, 2016).

3. METODE PENELITIAN

Waktu dan tempat

Pendekatan guna mengidentifikasi wilayah penelitian bersifatny yakni purposif, dimana pemilihannya berdasar pertimbangan khusus mengenai objek sesuai tujuannya penelitian. Penelitian ini dilakukannya di Bandar Lampung pada tahun 2023.

Metode Pengumpulan Data

1. Metode Survei

Teknik pengumpulan data survei bisa diaplikasikan guna mendapat data opininya individu. *Self-Administered Survey* ialah metode pengumpulannya data primer melalui pengajuan pertanyaan bagi tiap respondennya riset (Hartono, 2017).

2. Studi Literatur

Studi literatur melibatkan pencarian literatur guna mengeksplorasi konsep juga mendapat pemahaman akan deskripsinya teori yang relevan. Informasinya berasalnya di banyak sumber, contohnya jurnal, riset, juga buku. Kuesioner ialah metode utamanya pengoleksian data dengan menyebarkan ke responden yang diteliti (Sugiyono, 2010).

3. Wawancara

Wawancara terdiri dari pertukaran tanya-jawab langsung dua individu/lebih guna mendapat informasi. Wawancara digunakannya oleh peneliti guna menjalani studi pendahuluan, mengidentifikasi permasalahan perlu penyelidikan lanjutan (Teguh, 2010). Wawancara pada riset ini dilakukannya dengan industri jasa laundry kiloan di Kota Bandar Lampung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Signifikansi

Hasil Uji Validitas

Guna meninjau tingkat ketepatannya suatu alat penelitian maka bisa digunakannya uji validitas. Ini guna memastikan data selaras bersama tujuannya pengukuran. Tabel berikut ialah hasil ujinya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pertanyaan	r hitung	r table	Hasil
Selera konsumen	-usul konsumen	0,4695	0,297	Valid
	-Kebersihan tempat	0,8791	0,297	
	- Teknik komunikasi terhadap konsumen	0,8904	0,297	
	-Ketersediaan fasilitas dan ruangan	0,3171	0,297	
	-Kualitas packaging	0,8153	0,297	

Diketahui bahwa variable diatas , yaitu X2 Selera Konsumen didapat r-hitung > r-tabel 0,297, sehingganya ditarik kesimpulan bahwasannya item pertanyaan riset ini dianggap valid.

Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menilai konsistensinya jawaban para responden terkait item kuesioner. Ini berdasar pada bagaimana responden memahami pertanyaan yang diajukan. Tabel berikut ialah hasil ujinya:

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r-table	Tingkat reabilitas
(Selera Konsumen)	0,6995	0,294	Reliable

Berdasar tabel 2 tampak nilai cronbach's Alpha variable kualitas layanan dan kinerja usaha $0.6995 > 0.294$. Kesimpulannya, jawaban responden diketahui reliabel atau bisa dihandalkan guna memberi penjaran analisis yang akurat.

Hasil Perhitungan dan Pembahasan

Fungsi Permintaan

Tingkat permintaan Laundry Kiloan di Bandar Lampung ialah kuantitasnya permintaan jasa cuci baju setrika, satuannya Kg/bulan. Besaran permintaan jasa laundry kiloan di Bandar Lampung menunjukkan kuantitasnya demand 46 responden reratanya yakni 239,021 Kg/bulan, kuantitas tertinggi yaitu 450 kg/bulan lalu terendahnya yaitu 80 kg/bulan.

Harga pada jasa laundri kiloan di Bandar Lampung ialah harga cuci dan setrika yang ditawarkan oleh industry laundry kiloan di Kota Bandar Lampung. Harga laundry kiloan di Bandar Lampung yang dimaksud adalah harga cuci harga Laundry kiloan 9000/Kg tertinggi dan harga terendah pada tingkat harga Rp 4000/ Kg.

Berdasar temuannya, didapat fungsi permintaan laundry kiloan di Kota Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

$$Q_d = 15.23480 - 1.205658 X_1 + 0.243311 X_2$$

$$R^2 = 0,525635$$

Tabel 3. uji regresi

Dependent Variable:(Y)

Method: Least Squares

Date: 08/03/24 Time: 17:05

Sample: 1 46

Included obs: 46

Variable	Coef.	Std. Error	t-Stat.	Prob.
C	15.23480	1.995714	7.633756	0.0000
(X1)	-1.205658	0.202302	-5.959691	0.0000
(X2)	0.243311	0.187759	1.295870	0.2019

Untuk membangun fungsi permintaan digunakan model analisis regresi linier berganda, dimana model ini menunjukkan hubungannya variabel terikat dan variabel bebas (Gujarati 2000).

Permintaan akan jasa laundry kiloan sangat sensitif terhadap perubahan harga jasa laundry kiloan, perusahaan tidak dapat mengambil kebijakan untuk menaikkan harga. Untuk mengatasi. Prioritas kan kebijakan non harga guna menaikkan derajat kualitasnya permintaan itu. Kebijakan non harga dimana seharusnya diterapkan tiap perusahaan seperti peningkatan kualitas sarana ruang tunggu, peningkatan kualitas layanan konsumen peningkatan kualitas fasilitas pendukung memperhatikan keinginan konsumen,serta mengadakan promosi. Peningkatan selera konsumen dalam hal ini kualitas layanan dan kualitas jasa.

Struktur pasar

Perhitungan Marketshare dan Indeks Herfindhal

Output perhitungannya indeks herfindahl menampilkan nilai berkisarnya 0 hingga 1. Nilai IHH condong ke 0 tandanya struktur industri berupa pasar persaingan monopolistik, bila condongnya ke 1 berarti menuju monopoli. Nilai IHH dalam riset ini sebesar 0,0372, dan aturan pengambilan keputusannya adalah:

- a) 0 = persaingan murni
- b) 0.01 s.d. 0.24 = monopolistik
- c) 0.25 s.d. 0.49 = oligopoly ketat
- d) 0.5 s.d. 0.74 = oligopoly longgar
- e) 0.75 s.d. 1.00 = monopoli

Tabel 4 Perhitungan Market Share Dan Indeks Herfindhal

responden	nilai penjualan	TOTAL PENJUALAN	market share	IHH
1	1125000	5208554348	0,02160	0,0005
2	960000	5208554348	0,01843	0,0003
3	1200000	5208554348	0,02304	0,0005
4	1260000	5208554348	0,02419	0,0006
5	950000	5208554348	0,01824	0,0003
6	900000	5208554348	0,01728	0,0003
7	1500000	5208554348	0,02880	0,0008
8	1800000	5208554348	0,03456	0,0012
9	675000	5208554348	0,01296	0,0002
10	960000	5208554348	0,01843	0,0003
11	700000	5208554348	0,01344	0,0002
12	1000000	5208554348	0,01920	0,0004

13	1200000	5208554348	0,02304	0,0005
14	1500000	5208554348	0,02880	0,0008
15	1625000	5208554348	0,03120	0,0010
16	1125000	5208554348	0,02160	0,0005
17	900000	5208554348	0,01728	0,0003
18	1400000	5208554348	0,02688	0,0007
19	1100000	5208554348	0,02112	0,0004
20	1800000	5208554348	0,03456	0,0012
21	2000000	5208554348	0,03840	0,0015
22	2100000	5208554348	0,04032	0,0016
23	1250000	5208554348	0,02400	0,0006
24	1650000	5208554348	0,03168	0,0010
25	1200000	5208554348	0,02304	0,0005
26	1400000	5208554348	0,02688	0,0007
27	1800000	5208554348	0,03456	0,0012
28	1000000	5208554348	0,01920	0,0004
29	1875000	5208554348	0,03600	0,0013
30	1260000	5208554348	0,02419	0,0006
31	2100000	5208554348	0,04032	0,0016
32	1400000	5208554348	0,02688	0,0007
33	2100000	5208554348	0,04032	0,0016
34	2275000	5208554348	0,04368	0,0019
35	2400000	5208554348	0,04608	0,0021
36	2000000	5208554348	0,03840	0,0015
37	1020000	5208554348	0,01958	0,0004
38	800000	5208554348	0,01536	0,0002
39	1375000	5208554348	0,02640	0,0007
40	1500000	5208554348	0,02880	0,0008
41	2275000	5208554348	0,04368	0,0019
42	1125000	5208554348	0,02160	0,0005
43	1800000	5208554348	0,03456	0,0012
44	1000000	5208554348	0,01920	0,0004
45	1650000	5208554348	0,03168	0,0010
46	720000	5208554348	0,01382	0,0002
Total	64755000	2,39594E+11	1,2432	0,0372

Implikasi Penelitian

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, struktur pasar industri jasa laundry kiloan dibandar Lampung yang dihitung menggunakan indeks herfindhal adalah termasuk kedalam pasar persaingan monopolistik. Tiap-tiap penjual merupakan bagian yang tidak saling medominasi karena setiap industri memiliki peranan yang sama kuat terhadap peran pasar. Ada

banyak penjual dan pembeli, barang yang dibuat oleh produsen berbeda-beda dalam aspek seperti kualitas, warna, ukuran, dan bentuk; oleh karena itu, perusahaan jasa harus berhati-hati dengan strategi penetapan harga. Kenaikan harga dapat menyebabkan penurunan pendapatan lebih lanjut, yang pada akhirnya merugikan kinerja keuangan perusahaan. Dalam pasar persaingan monopolistik sifat produk adalah berbeda corak (*differentiated product*), sehingga membuat konsumen bersifat memilih yang disebabkan oleh perbedaan produk dari bentuk, pelayanan, dan kualitas produk. Oleh sebabnya, dalam menaikkan usahanya pada tiap perusahaan hendaknya menerapkan kebijakan non harga yaitu kebijaksanaan kualitas layanan.

2. Berdasarkan hasil analisis penetapan harga memiliki pengaruh yang signifikan, dalam menentukan harga responden jasa laundry kiloan di bandar lampung, memperhatikan harga dari perusahaan lain, rata –rata responden memperhatikan harga jasa, hal ni membuktikan bahwa berdasarkan teori , struktur pasar monopolistik yaitu tiap-tiap penjual merupakan bagian kecil dibandingkan dengan industri atau pasar sehingga tidak dapat dipengaruhi harga. sehingga diharapkan penerapan harga sesuai bisa meningkatkan probabilitas mendaptkan laba lebih tinggi. Mengenai hubungan permintaan jasa laundry kiloan di Kota Bandar Lampung dengan Variabel harga laundry kiloan berpengaruh negatif-signifikan, terhadap permintaan jasa laundry kiloan. Harga laundry kiloan di Kota Bandar Lampung memiliki rerata harga Rp 6369,65, tapi di sejumlah pasar harganya sesuai keinginannya sendiri dengan tak mengikuti aturannya perusahaan.

3. Berdasarkan hasil analisis penetapan Selera konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan, yang artinya perlu peningkatan lebih aktif dari para perusahaan guna memperbesar keuntungan, target keuntungan amat krusial guna meningkatkan penjualan, pebisnis harus mengejar target, demi stabil nya keuntungan yang akan diperoleh yaitu dengan cara mempertahankan Selera konsumen, dalam hal kualitas jasa dan layanan , kinerja perusahaan yang baik akan mencerminkan tingkat penjualan produk dan menghasilkan keuntungan apabila efektif pelaksanaannya maka peforma usaha laundry kiloan bisa meningkat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasar hasil-pembahasan, maka sejumlah kesimpulannya riset ini yakni:

1. Berdasar hasil analisis, stuktur pasar industri jasa laundry kiloan di bandar lampung yang dihitung menggunakan indeks herfindhal adalah termasuk kedalam pasar persaingan monopolistik. Output pengukurannya struktur pasar melalui rumus *market share* tak satu pun perusahaan mempunyai pangsa pasar penting (kurang dari 10 persen). Hasil indeks

herfindal adalah dimana IHH mendekat ke nilai 0 yang menunjukkan struktur industri cenderung monopolistik, dengan nilai 0,0372

2. Berdasarkan hasil analisis penetapan harga memiliki pengaruh yang signifikan, dalam menentukan harga responden jasa laundry kiloan dibandar lampung, rata-rata responden memperhatikan harga jasa, hal ni membuktikan bahwa berdasarkan teori, perubahan harga berpengaruh terhadap permintaan struktur pasar monopolistik
3. Berdasarkan hasil analisis penetapan Selera konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan, yang artinya perlu peningkatan lebih aktif dari para perusahaan guna memperbesar keuntungan, target keuntungan begitu krusial guna meningkatkan penjualan, pebisnis harus mengejar target, demi stabil nya keuntungan

Saran

Sejumlah saran yang bisa diberikan penulis yaitu:

1. Dalam penelitian ini jasa laundry kiloan dibandar lampung masuk kedalam, pasar persaingan monopolistik. Yang berarti pemerintah harus berperan dalam jasa laundry kiloan dibandar lampung ikut campur tangan dalam stabilitas pasar dengan konsep yang ideal untuk menghadang pelaku monopoli maka stabilitas pasar akan selalu seimbang antar pelaku ekonomi memastikan pasar bisa bersaing sempurna, menyusun strategi guna menaikkan daya saingnya juga daya belinya dari lemahnya pelaku pasar, untuk meningkatkan efisiensi dan pemerataan Pemerintah daerah dapat memberikan pelatihan manajemen usaha bagi pelaku laundry kiloan, terutama yang berada di wilayah dengan konsentrasi usaha tinggi seperti Kecamatan Labuhan Ratu. Memberikan insentif, seperti bantuan modal usaha atau pembebasan biaya izin usaha, untuk mendorong pengembangan industri jasa laundry di wilayah Bandar Lampung. Mengawasi persaingan pasar agar tetap sehat, termasuk memantau standar pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha untuk melindungi konsumen.
2. Target keuntungan sangat penting dalam meningkatkan penjualan, perusahaan harus mengejar target, demi stabil nya keuntungan yang akan diperoleh yaitu dengan cara mempertahankan kepuasan konsumen, dalam hal kualitas jasa dan layanan, kinerja perusahaan yang baik akan mencerminkan tingkat penjualan produk dan menghasilkan keuntungan apabila dilakukannya dengan efektif, olehnya peforma bisnis laundry kiloan bisa meningkat.
3. Pengusaha jasa laundry kiloan di Kota Bandar Lampung lebih baik menaruh perhatian pada kualitasnya layanan jasa laundry kiloan yaitu dari segi kualitas sarana dan prasarana ruang

tunggu dengan melengkapi sarana ruang tunggu dengan sofa, AC, dan WIFI, untuk menarik selera konsumen

4. Pengusaha di Kota Bandar Lampung yang menjalankan jasa laundry kiloan sebaiknya meningkatkan upaya promosinya dan mempertimbangkan variasi promosi luas, contohnya promosi langsung, kampanye medsos, pemberian kupon promosi setiap 10 kali pencucian dengan satu kali cuci gratis, atau memanfaatkan media cetak. iklan sebagai bagian dari strategi promosi mereka. dan layanan pelanggan dapat beroperasi secara efisien seperti yang diharapkan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)*.
BPK. (1984). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian*.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/46975/uu-no-5-tahun-1984>
Ehrenberg, R., & Smith, R. (2003). *Modern labor economics: Theory and public policy*. Harper Collins College Publishers.
Emalia, Z., & Farida, I. (2018). Identifikasi pusat pertumbuhan dan interaksi spasial di Provinsi Lampung. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 19(1).
<https://doi.org/10.18196/jesp.19.1.4100>
Gondo Kusumo, B., Efendi, N., & Nugraha, P. (n.d.). Faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan jasa laundry di Bandar Lampung.
Gujarati, D. N. (2010). *Dasar-dasar ekonometrika* (Edisi ke-5). Jakarta: Salemba Empat.
Hasibuan, N. (1993). *Ekonomi industri: Persaingan, monopoli, dan regulasi*. Jakarta: LP3S.
Himanudin, F., & Marselina. (2022). Determinan produk domestik bruto di Asia Tenggara. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 2(2).
Kotler, P. (1997). *Manajemen pemasaran* (Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1). Jakarta: Prentice Hall.
Ramadhan, H., Nirmala, T., Aida, N., & Arivina, R. (2023). Analisis pertumbuhan ekonomi terhadap emisi gas karbon dioksida pada negara G20. *Klassen: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1). <https://journal.unbara.ac.id/index.php/klassen>
Sirat, M., Wahyudi, H., & Artikel, R. (n.d.). Permintaan dan struktur pasar industri semen di Kabupaten Pesawaran Lampung. *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi (SIMO)*, 3(2), 341–351. <https://doi.org/10.35912/simo.v3i2.1508>
Sukirno, S. (2003). *Pengantar teori mikro ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo.
Teguh, M. (2014). *Ekonomi industri*. Jakarta: Rajawali Pers.
Undang-Undang Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*. LN.2014/No. 45, TLN No. 5512, LL SETNEG: 56 HLM. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014>