

## ABSTRAK

Eko Desy Susanti, 201512089. Pengaruh Efektivitas Pemasaran, Kolektibilitas Piutang, dan Pengelolaan Kewajiban pada Vendor Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017 yang dibimbing oleh Dr. Sudarwan, Akt.,M.Acc.,CIA, CCSA,CRMA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Efektivitas Pemasaran, Kolektibilitas Piutang, dan Pengelolaan Kewajiban pada Vendor Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini berbentuk kausalitas, sumber data yang digunakan datasekunder. Sampel penelitian ini adalah industri ritel periode 2013-2017. Unit analisis yang digunakan adalah industri di bidang perdagangan. Teknik analisis data adalah *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Efektivitas Pemasaran, Kolektibilitas Piutang, dan Pengelolaan Kewajiban pada Vendor berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan ritel dengan nilai signifikan  $0,043 < 0,05$ . Secara parsial Efektivitas Pemasaran berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan ritel dengan nilai signifikan  $0,028 < 0,05$ . Kolektibilitas Piutang tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba pada perusahaan ritel dengan nilai signifikan  $0,538 > 0,05$ , dan Pengelolaan Kewajiban pada Vendor tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan ritel dengan nilai signifikan  $0,192 > 0,05$ .

**Kata Kunci** : **Efektivitas Pemasaran, Kolektibilitas Piutang, Pengelolaan Kewajiban pada Vendor ,Pertumbuhan Laba**

## ABSTRACT

*Eko Desy Susanti, 201512089. Effect of Marketing Effectiveness, Accounts Receivable, and Management of Obligations to Vendors on Profit Growth in Retail Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange Period 2013-2017 which was guided by Dr. Sudarwan, Akt., M.Acc., CIA, CCSA, CRMA.*

*This study aims to examine the Marketing Effectiveness, Receivables Collectability, and Management of Obligations to Vendors Against Profit Growth in Retail Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange.*

*This research is in the form of causality, the data source used is secondary data. The sample of this study is the retail industry for the period 2013-2017. The unit of analysis used is the industry in the trade sector. The data analysis technique is purposive sampling. The analytical tool used is Multiple Linear Regression.*

*The results of this study show that Marketing Effectiveness, Accounts Receivable, and Obligation Management on Vendors have an effect on simultaneous changes in earnings in retail companies with a significant value of  $0.043 < 0.05$ . Partially Marketing Effectiveness has a positive effect on profit growth in retail companies with a significant value of  $0.028 < 0.05$ . Receivable Collectibility has no significant effect on earnings changes in retail companies with a significant value of  $0.538 > 0.05$ , and Obligation Management in Vendors has no significant effect on profit growth in retail companies with a significant value of  $0.192 > 0.05$ .*

**Keyword** *∴ Marketing Effectiveness, Receivable Collectibility, Obligation Management to Vendors, Profit Growth*