

**BAURAN PEMASARAN PADA TOKO KRIPIK OLEH OLEH SALSABILA**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan  
(DIII) Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



**Oleh:**

**MONICA OLIVIA ROZA**

**20134047/2020**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGRI PADANG**

**2023**

## PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

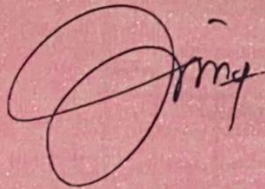
### BAURAN PEMASARAN PADA TOKO KRIPIK OLEH OLEH SALSABILA

Nama : Monica Olivia Roza  
NIM : 20134047  
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

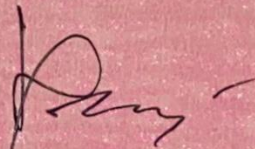
Padang, Agustus 2023

Diketahui Oleh,  
Koordinator Program Diploma (DIII)  
Manajemen Perdagangan

Disetujui Oleh, Pembimbing  
Tugas Akhir



Dina Patrisia, SE. M.Si, Ph.D  
NIP. 19751209 199903 2 001



Hendri Andi Mesta, S.E, M.M, Ak  
NIP. 19741125 200501 1 002

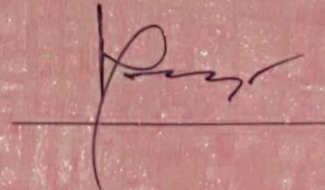
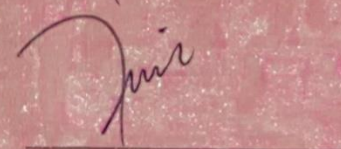
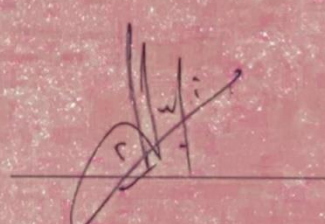
## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

### BAURAN PEMASARAN PADA TOKO KRIPIK OLEH OLEH SALSABILA

Nama : Monica Olivia Roza  
NIM : 20134047  
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dinyatakan Lulus setelah diuji di Depan tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Padang, Agustus 2023

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Hendri Andi Mesta S.E, M.M,Ak	(Ketua)	
2. Awisal Fasyni, SP, MM	(Anggota)	
3. Astri Yuza Sari, SE, MM	(Anggota)	

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Monica Olivia Roza  
Thn. Masuk/NIM : 2020/20134047  
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/ 10 Mei 2002  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Alamat : Jalan Sutan Syahril No. 370 Padang  
Judul Tugas Akhir : Bauran Pemasaran Pada Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Padang, Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Monica Olivia Roza

NIM. 20134047

## **SURAT PERNYATAAN**

### **ABSTRAK**

**Monica Olivia Roza/20134047 : Bauran Pemasaran Pada Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila**

**Pembimbing : Hendri Andi Mesta. SE. MM.Ak.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Bagaimana bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) yang di lakukan Pada Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila, (2) Apa apa saja kendala kendala yang di alami dalam bauran pemasaran di toko Kripik Oleh Oleh Salsabila, (3) Bagaimana cara mengatasi kendala kendala yang dialami bauran pemasaran pada Toko Oleh Oleh Salsabila. Metode analisis yang di gunakan dalam pengumpulan data adalah; metode dokumentasi dan metode wawancara. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila. Hasil penelitian bauran pemasaran yang telah di terapkan oleh Toko Kripik Salsabila sudah cukup baik. Seperti produk yang di tawarkan berupa bermacam kripik,snack, kue. Harga yang di berikan oleh Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila relatif terjangkau. Strategi tempat/distribusi pada Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila adalah saluran distribusi intensif dan distribusi eksklusif. Strategi promosi yang di terapkan cukup mendukung. Namun masih kurang maksimal dalam hal penerapan seperti pada produk (inovasi pengemasan, pemberian label harga), pengembangan saluran eksklusif, serta pelayanan social media melalui Instagram dan *feed* Instagram yang tidak *update*

**Kata kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Bauran Pemasaran Pada Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila”**. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang

Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak rintangan yang penulis hadapi, namun penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga laporan ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE., M.Sc,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dina Patrisia, SE., M.Si, Ph.D selaku ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak selaku pembimbing Akademik, pembimbing Magang dan pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu dan telah memberikan bimbingan dan arahan bagi penulis dari awal perkuliahan sampai akhir menyelesaikan Tugas Akhir.

5. Staf dosen serta karyawan/ti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
6. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian tugas akhir ini.
7. Bapak Widodo dan Anaknya selaku pemilik usaha dan manajer dari Kripik Oleh Oleh Salsabila yang telah mengizinkan dan memberikan informasi serta ilmu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman seperjuangan dalam bangku perkuliahan Program Studi Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bimbingan, bantuan, dan petunjuk Bapak/Ibu dan rekan- rekan berikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaiki pada karya ilmiah selanjutnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Padang, Agustus 2023

Monica Olivia Roza

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
A. Pemasaran.....	8
B. Bauran Pemasaran .....	9
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN .....	19
A. Bentuk Penelitian.....	19
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	19
C. Rancangan Penelitian.....	19
BAB IV PEMBAHASAN.....	24
A. Profil Perusahaan .....	24
B. Pembahasan .....	30
BAB V PENUTUP.....	43
A. Kesimpulan.....	43
B. Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA .....	45

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Nama dan Identitas Karyawan Toko Kripik Oleh-Oleh Salsabila.....	25
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Toko Kripik Oleh-Oleh Salsabila.....	28
Gambar 2. Beberapa Produk Yang Ada Di Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila.....	32
Gambar 3. Daftar Harga Produk Di Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila .....	35
Gambar 4. Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila.....	38
Gambar 5. Akun Shope Dan Instagram Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila.....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas Responden.....	47
Lampiran 2. Panduan Wawancara Penelitian.....	48
Lampiran 3. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	49
Lampiran 4. Peta Lokasi Penelitian .....	51
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian.....	52
Lampiran 6. Foto Produk .....	53
Lampiran 7. Dokumentasi.....	58
Lampiran 8. Sertifikat Kehalalan.....	59

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Berbagai produk pelengkap atau kebutuhan sehari-hari seperti produk makanan dikenalkan melalui media iklan dilayar kaca atau yang tercetak di berbagai media massa, kondisi yang ditemukan ini tentu terkait dengan kebutuhan penduduk Indonesia. Hal tersebut tentu menjadi peluang pasar yang cukup besar bagi usaha-usaha produk makanan untuk berkembang diseluruh Indonesia, sehingga memunculkan berbagai usaha yang saling berkompetisi.

Berbagai kegiatan dilakukan suatu pelaku usaha untuk mempertahankan usahanya bahkan untuk melakukan peningkatan atas penjualan produk yang maksimal. Pelaku usaha untuk mendapatkan penjualan produk yang maksimal, perlu menciptakan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran untuk menghasilkan produk makanan yang berbeda, dengan adanya strategi pemasaran melalui bauran pemasaran, produsen dapat memberikan kepuasan akibat keputusan terbaik dari produk yang dihasilkan, penetapan harga, tempat dan pengenalan produk. Bilamana kepuasan konsumen dari produk, harga, tempat dan promosi telah terpenuhi maka terjadilah suatu transaksi yang berulang-ulang secara terus menerus, dimana konsumen merasa adanya value dari sebuah harga yang harus dibayarkan (Saputra dan Suprihhadi, 2013). Berdasarkan hal ini, konsumen sebagai obyek penawaran yang harus selalu diperhatikan. Suatu pelaku usaha harus mampu menganalisa terkait kepuasan konsumen, karena pada akhirnya,

konsumen lah yang menentukan tepat atau tidaknya keunggulan sebuah produk untuk dijadikan suatu kebutuhan dan keinginan.

Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila merupakan salah satu toko oleh oleh yang menjual oleh oleh khas Kota Padang. Toko ini adalah industry rumah tangga yang bergerak pada bidang olahan makanan ringan. Usaha tersebut sudah berdiri pada tahun 2015 dan telah memiliki beberapa reseler di Kota Padang maupun di luar Kota. Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila ini beralamat di Jln. Kubu Dalam Parak Karakah, Kota Padang.

Pengambilan keputusan pembelian didasarkan pada kesesuaian konsumen terhadap bauran pemasaran yang dilakukan suatu usaha meliputi produk, harga, promosi dan tempat. Pengambilan keputusan pembelian terkait bauran pemasaran yang dilakukan suatu usaha menjadi faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk (Nurchahyo, 2016). Menurut Aulia dan Ikhwana (2012) setiap perusahaan harus mempunyai pengetahuan yang sesuai dengan jenis usaha yang dikelolanya agar perusahaan tersebut dapat dikendalikan dengan baik. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2008 :62)

Dalam bauran pemasaran setidaknya ada 4 (empat) cara yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha yang ingin menjadi pemenang pasar, keempat cara tersebut ialah produk dengan kualitas baik (product), harga bersaing di pasaran (price), promosi

penjualan (*promotion*), dan yang terakhir adalah tempat atau saluran distribusi yang baik (*place*) oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang dapat memberikan pengaruh untuk menentukan berhasil atau tidaknya dalam memasarkan produknya.

Bauran pemasaran yang telah di terapkan oleh Toko Oleh Oleh Salsabila berkaitan dengan Produk (*product*) yaitu produk yang di tawarkan sangat bervariasi mulai dari makanan khas Kota Padang seperti: Arai pinang, kripik balado, dakak-dakak, kripik pisang balado, galamai dan berbagai macam oleh-oleh khas Kota Padang lainnya. Ini bertujuan agar konsumen dapat memilih berdasarkan kemauannya.

Harga (*price*) Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila mematok harga yang sangat terjangkau oleh konsumen, rata-rata semua produk olahan makanan berkisaran harga mulai dari Rp.11.000-Rp.35.000 tergantung berapa berat per kemasannya

Tempat/distribusi (*place*) Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila melakukan saluran distribusi eksklusif. Ini dapat dilihat karena Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila mendistribusikan hasil produksi ke toko sendiri dan ke beberapa reseller mereka dan ke toko-toko yang telah bekerja sama dengan toko oleh-oleh yang beda jenis.

Promosi (*Promotion*) aktivitas menawarkan barang agar konsumen menggunakan atau membeli barang dan jasa tersebut. Salah satu promosi yang dilakukan pada usaha Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila adalah mendapat bonus satu produk apabila berbelanja dengan jumlah yang banyak.

Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila dalam menerapkan bauran pemasaran masih memiliki kekurangan seperti strategi produk, kekurangan strategi produk pada Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila dari segi kemasan tidak mencantumkan tanggal produksi dan tanggal kadaluarsa produk, yang bertujuan mengetahui apakah produk tersebut masih layak di konsumsi atau tidak.

Kekurangan strategi harga (*price*) Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila belum menempelkan label harga pada masing-masing produk yang memudahkan konsumen dalam melihat harga

Kekurangan strategi tempat/distribusi (*place*) Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila untuk tempat sudah layak, bagus dan besar tetapi untuk lokasi daerahnya kurang strategis karena jauh dari keramaian dan Toko Kripik Oleh Oleh salsabila ini belum memiliki cabang, tetapi mereka mempunyai beberapa reseller yang ada di Kota Padang dan ada beberapa di luar Kota Padang.

Kekurangan strategi promosi (*promotion*) Toko Oleh Oleh Salsabila kurang maksimal menjangkau semua konsumen dengan hanya memberikan diskon untuk jumlah pembelian yang banyak.

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap suatu bisnis atau usaha. Maka tidak heran jika setiap perusahaan melakukan berbagai macam strategi pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualannya. Dengan meningkatnya volume penjualan tersebut, maka perusahaan juga akan

mendapat laba yang diinginkan. Semakin baik strategi pemasaran yang digunakan perusahaan tersebut maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut dalam memperluas pangsa pasarnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui, bahwa adanya penelitian ini penting untuk dilakukan. Adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi UKM untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan pembelian produk Kripik Balado Salsabila oleh konsumen. Penelitian ini juga nantinya dapat digunakan sebagai bentuk pengembangan dalam hal pemasaran, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang “*Bauran Pemasaran Pada Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila*”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di kemukakan di atas, maka untuk memudahkan dalam penyelsaian permasalahan yang menjadi dasar dalam penulisan ini, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana Bauran Pemasaran (*product, price, place, promotion*) yang di lakukan oleh Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam setiap aktivitas penulisan tidak dapat di pisahkan dari tujuan yang ingin dicapai dalam penyelenggaraan aktivitas tersebut. Hal ini lebih bermanfaat dalam penyelenggaraan suatu kegiatan, apabila telah di rumuskan terlebih dahulu, yaitu dapat di jadikan tolak ukur dan pegangan dalam penyelenggaraan suatu aktivitas karena yang ingin di capai pada dasarnya merupakan hasil dari pelaksanaan suatu kegiatan. Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak di capai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran pada Toko Oleh-oleh Salsabila.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis**

Sebagai syarat untuk memenuhi Tugas Akhir Program Studi DIII Jurusan Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, serta sebagai menambah wawasan pengetahuan bagi penulis tentang dan sebagai Latihan dalam menganalisis serta memecahkan masalah secara ilmiah dan di harapkan mampu meningkatkan cakrawala berpikir, berusaha, sikap, dan keterampilan menulis khususnya yang berkaitan dengan manajemen produksi dan pemasaran.

#### **2. Bagi Akademik**

Sebagai karya ilmiah yang dapat di jadikan referensi ataupun tambahan informasi bagi civitas akademik Universitas Negeri Padang, serta memperkenalkan

Universitas Negeri Padang kepada masyarakat luas dan khususnya Program Studi DIII Manajemen Perdagangan.

### 3. Bagi Usaha

Hasil Penelitian ini di harapkan dapat menjadi bantuan pemikiran dari bahan masukan dalam mengambil keputusan produksi, khususnya dalam menyangkut manajemen produksi dan startegi pemasaran yang tepat di masa yang akan datang serta dapat menjadi acuan bagi usaha untuk meningkatkan kinerja usaha yang akan memberikan dampak positif bagi peningkatan keuntungan usaha.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data serta pembahasan yang sudah peneliti lakukan maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terkait dengan Produk (Product), yang disediakan dan di tawarkan oleh Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila berupa kue, kripik, dan snack sudah termasuk lengkap dan bervariasi. Mutu atau kualitas yang baik, pengemasan produk menggunakan plastic kaca bening, serta dari segi pelayanan mengutamakan kepuasan pelanggan.
2. Terkait dengan Harga (Price), Toko Oleh-oleh Salsabila memberikan harga yang terjangkau oleh konsumen dengan kualitas produk yang bagus serta juga tidak memberikan harga yang tinggi jika dibandingkan dengan pesaingnya.
3. Terkait dengan Tempat (Place), Toko Oleh-oleh Salsabila sudah memiliki tempat yang nyaman dan besar mulai dari tempat untuk memproduksi serta tempat persediaan bahan jadi, tetapi terkait tempat Toko Oleh-oleh Salsabila berada pada daerah yang sulit untuk dilihat oleh konsumen secara langsung tetapi pemilik Toko Oleh-oleh Salsabila sudah memiliki perencanaan untuk menambah cabang atau toko sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.
4. Terkait dengan Promosi (Promotion), Toko Oleh oleh Salsabila sudah melakukan kegiatan promosi dengan iklan di media social Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila, mengikuti bazar, dan melalui dari mulut ke mulut.

## **B. Saran**

1. Terkait dengan Produk (Product), pada label produk sebaiknya di tambahkan tanggal produksi atau tanggal kadaluarsa. Hal ini nantinya akan menjaga kualitas produk agar konsumen mendapatkan produk yang masih layak konsumsi.
2. Terkait dengan Harga (Price), Label harga produk seharusnya di tempel pada masing masing produk agar konsumen dapat memperkirakan biaya atau barang apa saja yang akan di beli, serta membandingkan harga dengan pesaing yang ada.
3. Terkait dengan Tempat (Place), sebaiknya Toko Oleh-oleh Salsabila mempunyai tempat yang terpisah antara rumah pribadi dan toko serta mempertimbangkan untuk membuka cabang toko-toko pada daerah-daerah yang strategis agar mudah dijangkau oleh konsumen.
4. Terkait dengan Promosi (Promotion), untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan sebaiknya Toko Kripik Oleh Oleh Salsabila melakukan promosi lebih menarik seperti memberi kupon terhadap pembelian di atas Rp.50.000 yang nantinya akan ada potongan harga apabila kupon sudah sesuai dengan jumlah yang telah di tentukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Berkah, c, s, (2017,8), Analisis Struktural Pasar, Perilaku Konsumen dan Pola Distribusi Produk Makanan Khas Kabupaten Garut, *Jurnal AdBispreneur Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Padjajaran*, 2(2), 135-150.
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277-286.  
<http://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.265>.
- Elbert, R, J dan Griffin, R, W . (2015). *Pengantar Bisnis*. Erlangga. Jakarta. 356-365
- Fachruddin, Andi. 2016. *Manajemen Pertelevisian Modern*. Yogyakarta: Andi.
- Fuad, M., Christin H., dan Nurlela. 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerjemah Bob Sabrana. Jakarta: Erlangga.
- Nopriani, Asrori dan Haidayat, 2016. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis ABC, *Journal OF Management*. VOL. 2, No. 2, Maret 2016.
- Natalia, Priccila dan Mumuh Mulyana. 2014. Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol. 2, No. 2, pp: 119-128.
- Nurchahyo, Fandry. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Restoran Mcdonald's Delta Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No 4, ISSN: 2461-0593, April 2016.