

**STRATEGI PENJUALAN  
PADA TOKO JAM SINAR MUTIARA PADANG**

**TUGAS AKHIR**

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



Oleh:

**GENDRAWAN MARFI CANDRA  
NIM 1109210/2011**

**MANAJEMEN PERDAGANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2015**

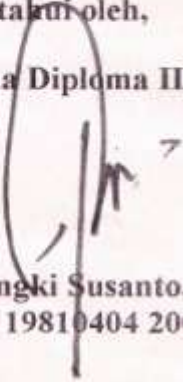
**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**STRATEGI PENJUALAN  
PADA TOKO JAM SINAR MUTIARA PADANG**

Nama : GENDRAWAN MARFI CANDRA  
NIM/ BP : 1109210/2011  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2015

Diketahui oleh,  
Ketua Diploma III

  
Perengki Susanto, SE, M.Sc  
NIP. 19810404 200501 1 002

Disetujui oleh,  
Pembimbing

  
Gesit Thabrani, SE., M.T.  
NIP. 19760606 200212 1 005

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

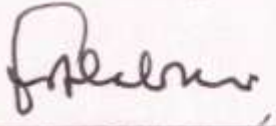
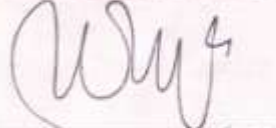
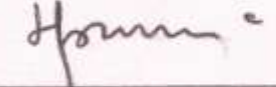
**STRATEGI PENJUALAN  
PADA TOKO JAM SINAR MUTIARA PADANG**

Nama : GENDRAWAN MARFI CANDRA  
NIM/ BP : 1109210/2011  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang**

Padang, Februari 2015

**Tim Penguji**

Nama	Tanda Tangan
1. Gesit Thabrani, SE., M.T. (Ketua)	
2. Whyosi Septrizola, SE, MM (Anggota)	
3. Abel Tasman, SE, MM (Anggota)	

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Gendrawan Marfi Candra  
Tahun Masuk/NIM : 2011/1109210  
Tempat/Tgl. Lahir : Padang marapalam / 25 September 1990  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (D III)  
Keahlian : Kewirausahaan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jl.Tunggul Hitam, talang betutu No. 20A Padang  
Judul Tugas Akhir : Strategi penjualan pada toko jam Sinar Mutiara Padang.

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya Tulis (tugas akhir) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Ahli Madya), baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas akhir ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah 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 ditanda tangani asli oleh Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/tugas akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Februari 2015  
Yang menyatakan



Gendrawan Marfi Candra  
NIM. 1109210

## **ABSTRAK**

**Gendrawan Marfi Candra : Strategi Penjualan pada Toko Jam Sinar Mutiara Padang**

**Pembimbing : Gesit Thabrani, SE., M.T.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penjualan pada Toko Jam Sinar Mutiara agar dapat meningkatkan penjualan yang baik di Plaza Andalas.

Penelitian tugas akhir ini berbentuk penelitian deskriptif kualitatif. Hal ini dikarenakan penelitian ini memiliki tujuan untuk memaparkan, menggambarkan, dan menjelaskan penelitian.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi Toko Jam Sinar Mutiara dalam menarik pengunjung adalah dengan menyediakan produk terbaru, memberikan diskon 10% kepada pelanggan yang sudah belanja di atas Rp.1.500.000,00, memberikan garansi mesin di atas standar garansi yang ada, dan memberikan tambahan baterai gratis 1 unit bagi setiap produk yang dijual.

Kata Kunci: Strategi Penjualan

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin penulis sembahkan kehadiran Allah SWT, atas karunia dan rahmat yang dilimpahkan sebagai sumber kekuatan hati dan peneguh iman sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) yang berjudul **“Strategi Penjualan pada Toko Jam Sinar Mutiara Padang.”** Shalawat kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi cahaya bagi seluruh umat di muka bumi.

Tugas Akhir (TA) ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri. Penulis banyak mendapat arahan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak dalam menyusun, membuat, dan menyelesaikan Laporan Tugas Akhir (LTA) ini.

Pada kesempatan ini diizinkan peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat Bapak Gesit Thabrani, SE., M.T selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam membuat Tugas Akhir (TA) ini. Tidak lupa penulis ucapkan terimakasih juga kepada Ibu Whyosi Septrizola, SE., MM dan Bapak Abel Tasman, SE, MM sebagai penguji. Selanjutnya penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Yunia Wardi, Drs. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah menyediakan fasilitas kuliah dan izin dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Perengki Susanto, SE., M.Sc selaku Ketua Program Studi, Bapak Firman, SE., M.Sc dan ibu Nelvirita, SE., M.Si Ak selaku Sekretaris Program

Studi dan Staf Tata Usaha Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kemudahan dalam penelitian dan penulisan tugas akhir ini.

3. Bapak dan Ibu Staf Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di almamater tercinta ini, serta kepada seluruh karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu di bidang administrasi.
4. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Pusat dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam menentukan sumber referensi.
5. Teristimewa penulis ucapkan pada Ayahanda, Ibunda, dan keluarga besar tercinta yang telah memberikan kesungguhan do'a bantuan moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teristimewa juga penulis ucapkan kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan khususnya angkatan 2011 yang memberikan motivasi dan semangat serta masukan-masukan demi terwujudnya impian penulis.

Akhir kata peneliti mengharapkan kritikan, saran, dan tanggapan demi kesempurnaan Tugas Akhir (TA) ini, semoga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan semua pihak yang membacanya.

Padang, Juli 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
<b>BAB II. KAJIAN TEORI</b>	
A. Penjualan	6
1. Pengertian Penjualan	6
2. Klasifikasi Transaksi Penjualan	8
3. Dokumen-dokumen Penjualan	8
4. Bagian-bagian Penjualan	9
5. Tujuan Penjualan	10
6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	10
7. Proses Penjualan	12
B. Strategi Penjualan	13
<b>BAB III. PENDEKATAN PENELITIAN</b>	
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Rancangan Penelitian	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Tahapan Penelitian	30
3. Objek Penelitian	31
4. Sumber Data yang Diberikan	31
5. Teknik Analisis	32
<b>BAB IV. PEMBAHASAN</b>	
A. Profil Perusahaan	34
1. Sejarah Berdirinya Toko Jam Sinar Mutiara	33
2. Visi dan Misi Perusahaan	33
3. Struktur Organisasi Toko Jam Sinar Mutiara	34
4. Produk-produk Jam Tangan	34
B. Pembahasan	41
<b>BAB V. PENUTUP</b>	
A. Simpulan	50
B. Saran	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan di Toko Jam Sinar Mutiara	3
---	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jam Tangan Alexandre Christie	34
Gambar 2. Jam Tangan Expedition	35
Gambar 3. Jam Tangan Casio	35
Gambar 4. Jam Tangan Rip Curl	36
Gambar 5. Jam Tangan Jasque Martin	36
Gambar 6. Jam Tangan Alba	36
Gambar 7. Jam Tangan Mirage	37
Gambar 8. Jam Tangan Fortuner	37
Gambar 9. Jam Tangan Seiko	37
Gambar 10. Jam Tangan Swis Army	38
Gambar 11. Jam Tangan Aiger	38
Gambar 12. Jam Tangan Louis Vuitton	38
Gambar 13. Jam Tangan Gc	39
Gambar 14. Jam Tangan Tissot	39
Gambar 15. Jam Tangan Frank Muller	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Wawancara

54

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam era teknologi dan persaingan pasar yang semakin ketat sekarang ini, limpahan informasi dan terbukanya peluang untuk mengakses informasi membuat konsumen semakin kritis dalam memilih produk. Dengan demikian pola berfikir konsumen yang semakin berkembang dan menjadi selektif menjadi tuntutan bagi produsen untuk meningkatkan kualitas dari produk yang dipasarkan. Dalam menghadapi gencarnya persaingan dalam bidang pemasaran jam tangan, kualitas produk menjadi keunggulan bagi suatu perusahaan dagang di dalam meningkatkan penjualannya.

Perkembangan ekonomi dan teknologi pada saat ini membawa banyak perusahaan di Indonesia untuk lebih maksimal, baik fungsi dan peran pemasaran dalam memasuki era globalisasi. Di mana perusahaan-perusahaan bermunculan semakin banyak dan produk yang ditawarkan dalam pasar yang beraneka ragam, konsumen akan dipaksa untuk menerima segala perubahan tersebut diluar bataskemampuan untuk menerimanya. Dengan berkembangnya dunia usaha yang semakin pesat sekarang ini, membuat para konsumen semakin mudah untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka. Seiring dengan itu, persaingan di dunia usaha khususnya produk jam tangan semakin ketat di antaranya produsen terlebih dahulu harus memahami selera konsumen dan melihat bagaimana loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Strategi penjualan merupakan cara-cara di dalam proses penjualan yang dapat memberikan efek peningkatan pada nilai penjualan. Strategi penjualan dibutuhkan agar pelanggan merasa senang dengan gaya berjualan yang dilakukan. Ada orang-orang yang menjalankan usaha bisnisnya dengan strategi penjualan yang salah, sehingga pihak konsumen malah merasa tidak nyaman dengan proses penjualan tersebut. Konsumen akan merasa bosan, bahkan merasa risih dengan kehadiran dan cara-cara anda dalam berjualan sebuah produk atau layanan jasa.

Strategi penjualan yang unik dan kreatif akan menjadikan para konsumen lebih tertarik dibandingkan dengan cara-cara monoton yang sudah biasa dilakukan orang dengan adanya strategi penjualan yang baik dan jelas, maka dapat dilihat tingkat penjualan yang meningkat pada saat proses evaluasi. Toko Jam Sinar Mutiara adalah suatu Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) yang bergerak dalam bidang perdagangan jam tangan. Toko Jam Sinar Mutiara Padang mempunyai tiga cabang di Sumatera Barat. Toko jam ini tidak langsung mendapatkan keuntungan yang besar, diperlukan strategi penjualan dalam mendapatkan keuntungan yang besar. Oleh karena itu, diperlukan kualitas produk atau layanan jasa yang diberikan, pelayanan yang baik pada saat proses penjualan, dan promosi sebuah strategi dalam penjualan jam tangan.

Pertimbangan untuk memacu penjualan yang ada di Toko Jam Sinar Mutiara yaitu melalui memperlengkap barang yang ada pada toko, kelengkapan produk ini menjadi upaya dalam memikat hati masyarakat. Untuk membeli sebuah barang itu konsumen membutuhkan pilihan model yang banyak serta

memberikan pelayanan jasa yang baik selama proses penjualan. Meningkatkan penjualan suatu perusahaan disebabkan oleh beberapa faktor dan salah satunya yaitu pada strategi penjualan. Strategi penjualan yang digunakan perusahaan, yaitu dengan promosi berupa iklan, promosi penjualan, dan penjualan langsung. Promosi iklan melalui media televisi, brosur, dan spanduk. Promosi penjualan melalui kupon gratis dan potongan harga. Faktor tersebut memicu untuk meningkatnya pertumbuhan penjualan produk perusahaan. Dalam melakukan observasi agar dapat hasil yang objektif perlu adanya promosi, yaitu kombinasi yang optimal bagi berbagai jenis kegiatan atau pemilihan jenis kegiatan promosi yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan.

Adapun data penjualan per bulan di dua tahun terakhir pada Toko Jam Sinar Mutiara sebagai berikut:

**Tabel 1. Data Penjualan Tahun 2012 dan Tahun 2013**

No	Bulan	Tahun (2012)		Tahun (2013)	
		Unit	Total per bulan	Unit	Total per bulan
1.	Januari	157	Rp. 63.110.000,00	170	Rp. 70.400.000,00
2.	Februari	142	Rp. 43.855.000,00	154	Rp. 53.130.000,00
3.	Maret	148	Rp. 50.275.000,00	160	Rp. 67.020.000,00
4.	April	112	Rp. 37.275.000,00	153	Rp. 54.130.000,00
5.	Mei	144	Rp. 45.270.000,00	168	Rp. 63.500.000,00
6.	Juni	150	Rp. 52.635.000,00	153	Rp. 57.120.000,00
7.	Juli	154	Rp. 59.460.000,00	169	Rp. 69.940.000,00
8.	Agustus	180	Rp. 88.715.000,00	162	Rp. 66.200.000,00
9.	September	172	Rp. 68.762.000,00	153	Rp. 59.290.000,00
10.	Oktober	149	Rp. 54.825.000,00	151	Rp. 59.335.000,00
11.	November	151	Rp. 52.530.000,00	142	Rp. 49.115.000,00
12.	Desember	167	Rp. 70.829.000,00	168	Rp. 71.540.000,00
Total		<b>1.826</b>	<b>Rp. 687.541.000,00</b>	<b>1.903</b>	<b>Rp. 740.720.000,00</b>
Rata-rata		<b>152</b>	<b>Rp. 57.295.083,00</b>	<b>159</b>	<b>Rp. 61.726.667,00</b>

Sumber : Toko Jam Sinar Mutiara, Tahun 2014.

Penjualan pada tahun 2013 mengalami peningkatan dibanding penjualan pada tahun 2012, penjualan pada tahun 2012 mempunyai jumlah Rp.

687.541.000,00 dan rata-rata Rp. 57.295.083,00 perbulannya. Sedangkan total penjualan pada tahun 2013 sejumlah Rp. 740.720.000,00 dengan rata-rata Rp.61.726.667,00 perbulannya. Berdasarkan data di atas penjualan di Toko Jam Sinar Mutiara dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

Produk-produk yang disediakan oleh Toko Jam Sinar Mutiara, yaitu: Casio, Expedition, Alexander Christie, Mirage, Rip Curl, Alba, Citizen, Seiko, Aigner, Louis Vuiton, Channel, D & G, Monnol, Fortuner, Q & Q, G-Shock, Caites, Jasque Martin, dan Swiss Army. Produk-produk yang paling laku di Toko Jam Sinar Mutiara adalah Expedition, Alexander Christie, dan Jasque Martin. Peminat merek Alexander Christie sangat banyak. Hal ini disebabkan karena kualitas dari produk Alexander Christie itu sangat bagus. Selain itu, *stainless* dari bahannya tidak mudah berkarat dan dari segi harga sangat terjangkau dibandingkan produk-produk lainnya. Setelah itu, tiruan dari produk Alexander Christie ini tidak ada sampai sekarang. Begitu juga dengan produk Expedition dan Jasque Martin. Model-model *sport* dan *elegant* yang dikeluarkan oleh merek Expedition dan Jasque Martin sangat menarik hati pelanggan.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toko Jam Mutiara antara lain: 1) Periklanan (*advertising*), yaitu bentuk promosi *non personal* dengan menggunakan berbagai media yang ditunjukkan untuk meningkatkan pembelian, 2) penjualan langsung (*personal selling*), yaitu bentuk promosi secara *personal* dengan persentasi lisan dalam suatu pecakapan dengan calon pembeli yang ditunjukkan untuk merangsang pembelian, dan 3) promosi penjualan (*sales promotion*), yaitu suatu bentuk promosi di luar ketiga bentuk

diatas yang ditunjukan untuk merangsang pembeli. Berdasarkan fenomena diatas “**Strategi Penjualan pada Toko Jam Sinar Mutiara Padang.**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas pada Tugas Akhir ini adalah bagaimana strategi penjualan pada Toko Jam Sinar Mutiara.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui strategi penjualan pada Toko Jam Sinar Mutiara agar dapat meningkatkan penjualan yang baik di Plaza Andalas.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan bermanfaat secara teoritis dan praktis, yaitu:

1. Manfaat secara teoritis
  - a. Manfaat secara teoritis adalah untuk menambah pengetahuan dengan mengungkapkan strategi penjualan untuk mengalahkan persaingan pengaplikasian ilmu dan sebagai persyaratan lulusan Ahli Madya.
  - b. Secara praktis dapat memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan bagi manajer perusahaan dalam meningkatkan penjualan.
  - c. Sebagai bahan masukan untuk Toko Jam Sinar Mutiara dalam memperbaiki strateginya agar menjadi lebih baik kedepannya.

2. Manfaat praktis
  - a. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian promosi yang akan datang.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Toko Jam Sinar Mutiara Padang, maka dapat diambil simpulan strategi penjualan yang diterapkan di Toko Jam Sinar Mutiara, yaitu:

1. Menyediakan produk-produk terbaru

Produk terbaru merupakan barang atau jasa yang pada dasarnya berbeda dari yang telah dipasarkan sebelumnya oleh perusahaan dengan menyediakan produk-produk terbaru daya minat beli pelanggan akan semakin tinggi karena model terbaru kebanyakan disukai oleh sebagian besar orang, apalagi dalam hal aksesoris. Menyediakan produk-produk terbaru seperti Alexandre Christie, Expedition, Casio, Rip Curl, Jasque Martin, Alba, Mirage, Fortuner, Seiko, Swis Army, Aiger, Louis Vuitton, Gc, Tissot, dan Frank Muller.

2. Memberikan diskon 10% kepada pelanggan yang sudah belanja di atas Rp.1.500.000,00.

Diskon adalah potongan harga yang menarik, sehingga harga sesungguhnya lebih rendah dari harga umumdand di Toko Jam Sinar Mutiara, banyak sekali pemberian diskon, pemilik toko akan memberikan diskon kepada pelanggan 10% setiap harinya kepada pelanggan yang sudah berbelanja di atas Rp.1.500.000. Hal ini dilakukan agar pelanggan menjadi tertarik untuk berbelanja di toko jam sinar mutiara ini dan akan memberikan diskon 50% untuk produk-produk yang sudah mulai ketinggalan model dan akan

memberikan diskon 50% di akhir tahun dan dengan diberikan diskon 10% setiap pelanggan yang sudah berbelanja di atas Rp. 1.500.000,- setiap harinya, maka pelanggan akan tertarik untuk berbelanja di toko.

3. Memberikan garansi mesin di atas standar garansi yang ada.

Garansi adalah surat keterangan dari suatu produk bahwa pihak produsen menjamin produk tersebut bebas dari kesalahan pekerja dan kegagalan bahan dalam jangka waktu tertentu. Garansi dari internasional adalah garansi yang bisa dilakukan di luar negeri juga, sesuai dari outlet-outlet yang terdaftar dalam buku garansi tertentu biasanya produk-produk original seperti: Alexandre Cristie, Expedition, dan Casio memiliki garansi internasional selama 1 tahun dan di toko jam sinar mutiara, pemilik toko menambah tambahan garansi selama 6 bulan dari garansi internasional yang sudah ada 1 tahun dalam buku garansi, dan setiap jam original yang dijual oleh toko jam sinar mutiara mendapatkan garansi selama 1 tahun dan 6 bulan, 1 tahun garansi internasional dan 6 bulan garansi toko.

4. Memberikan tambahan baterai gratis 1 unit bagi setiap produk yang dijual.

Setiap pelanggan yang datang dan berbelanja di toko jam akan di berikan tambahan baterai gratis 1 unit. Hal ini sangat berbeda dengan toko-toko lainnya, dengan diberikan bonus baterai, pelanggan akan menjadi tertarik, hal ini dilakukan oleh pemilik toko agar pelanggan akan merasa senang dan berminat untuk membeli produk-produk yang disediakan oleh toko.

## **B. Saran**

Toko Jam Sinar Mutiara Padang harus melakukan perubahan dan penambahan dalam strategi penjualan jam tangan, seperti:

1. Dalam pemesanan produk, Toko Jam Sinar Mutiara harus lebih memperhatikan produk-produk terbaru yang disukai oleh pelanggan pada saat sekarang ini, karena semakin majunya zaman maka semakin banyak produk yang berkualitas diciptakan untuk memenuhi keinginan pelanggan.
2. Para karyawan harus lebih meningkatkan pelayanan yang lebih berkualitas lagi dalam melayani pelanggan yang berkunjung untuk membeli produk jam tangan di Toko Sinar Mutiara.
3. Dalam suasana toko, pemilik dan karyawan harus bisa memberikan pajangan yang menarik di dalam lemari pajangan walaupun tempat pajangan yang sekecil apapun. Pajangan dengan tampilan yang menarik dan unik bisa menarik perhatian pelanggan untuk melihat dan membeli produk jam tangan di Toko Sinar Mutiara.
4. Dalam kegiatan promosi, karyawan toko lebih meningkatkan kegiatan promosi dalam memperkenalkan produk-produk jam tangan yang dijual di Toko Jam Sinar Mutiara, sehingga para pembeli mendapatkan informasi produk yang dijual, harga, dan diskon yang sedang berlaku di Toko Jam Sinar Mutiara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Bukhari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan. Keenam, Alfabeta, Bandung
- Belch, George E & Michael A. Belch. (2001). *Advertising and promotion; an Integrated Marketing Communication Perspective*. New York
- Boone dan Kurtz. 2007. *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chairul Marom. 2002. *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang*: Grasindo.
- Craig, James C & Grant, Robert M. (2002). *Strategic Management Manajemen Strategi*. Cetakan ke-3. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Dunne, P.M, R.F. Lusch dan D.A. Griffin. 2002. *Retailing*. 4<sup>th</sup>ed. Shouth-Western.Ohio
- Fariweather, Alan. 2013. *Temukan Strategi Hebat Melakukan Penjualan*. Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Henry Simamora. 2000. *AkuntansiBasis Pengambilan Keputusan Bisnis*:Salemba Empat.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks: Jakarta
- Krismiaji. 2002. *Sistem Informasi Akuntansi*: UGM Yogyakarta.
- Kusnadi. 2009, *Teori Akuntansi*: Universitas Brawijaya Malang.
- M. Narafin (2006:60). *Penganggaran Perusahaan*: Salemba Empat.
- Fandy, Tjiptono.1997. *Strategi Pemasaran*:ANDI Yogyakarta.
- Siagian, Sondang , 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cetakan ketujuh,. PT. Bumi Akara, Jakarta
- Sullivan, M., dan Adcock, D. 2002, *Retail Marketing*. Thompson., Belmont.
- Swastha, Basu. 2010. *manajemen penjualan*:BPFE Yogyakarta.