

**STRATEGI PEMASARAN BARANG ANTIK PADA TOKO ADANG KLASIK**

**DI KOTA PADANG**

**TUGAS AKHIR**

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



**OLEH:**

**VAROSE ANABEL**

**NIM. 18134104/2018**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN D III**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

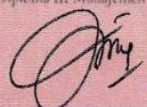
**2021**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN BARANG ANTIK PADA TOKO  
ADANG KLASIK DI KOTA PADANG

Nama	: Varose Anabel
BP/NIM	: 2018/18134104
Program Studi	: Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas	: Ekonomi

Diketahui Oleh  
Koordinator Program Studi  
Diploma III Manajemen Perdagangan

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

Padang, 04 Agustus 2021  
Disetujui oleh  
Pembimbing Tugas Akhir

  
Hafidri Fitriani, MM, AK  
NIP. 19800309 201012 1 003

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**  
**STRATEGI PEMASARAN BARANG ANTIK PADA TOKO**  
**ADANG KLASIK DI KOTA PADANG**

Nama : Varose Anabel  
BP/NIM : 2018/18134104  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

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

Padang, Agustus 2021

Nama

Tanda Tangan

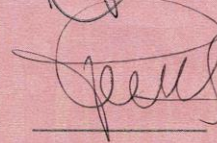
1. Halkadri Fitra, SE, MM, Ak

(Ketua)



2. Thamrin, S.Pd, MM

(Anggota)



3. Mike Yolanda, SP, MM

(Anggota)



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Varose Anabel  
Tahun Masuk/NIM : 2018/18134104  
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/28 April 2000  
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan  
Keahlian : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jalan Muhajirin Nomor 08 Tunggul Hitam Padang  
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Barang Antik Pada Toko Adang Klasik di Kota Padang

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 diperguruan 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.

Demikianlah 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 saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 04 Agustus 2021

Yang Menyatakan



Varose Anabel  
Nim. 18134104

## **ABSTRAK**

**Varose Anabel : Strategi Pemasaran Barang Antik Pada Toko Adang Klasik di Kota Padang**  
**Pembimbing : Halkadri Fitra, SE, MM, Ak**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi produk, harga, lokasi, dan promosi untuk menciptakan keunggulan bersaing. Penelitian ini dilakukan di Toko Adang Klasik yang beralamat di Jalan Muhajirin 1 Nomor 10 Tunggul Hitam Kota Padang. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif dan melakukan wawancara pada pihak pimpinan Toko Adang Klasik. Hasil penelitian strategi bauran pemasaran yang telah diterapkan oleh Toko Adang Klasik sudah cukup baik, seperti produk yang ditawarkan oleh Toko Adang Klasik sudah cukup menarik dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk. Lokasi dan prasarana yang dimiliki sudah cukup memadai dan mendukung. Namun masih banyak kelemahan seperti tempat yang kurang strategis, kecilnya tempat parkir dan lebihnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Toko Adang Klasik.

**Kata kunci: Strategi bauran pemasaran**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, ridho dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas akhir yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN BARANG ANTIK PADA TOKO ADANG KLASIK DI KOTA PADANG”**. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, kakek nenek saya yang saya hormati dan saya cintai karena selalu memberikan motivasi dan dukungan serta selalu mendoakan keberhasilan saya.
2. Bapak Halkadri Fitra, SE, MM, Ak selaku dosen pembimbing Tugas Akhir dan yang telah memberikan ilmu, pengarahan, perhatian, masukan serta meluangkan waktu kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Thamrin, S.Pd, MM dan Ibuk Mike Yolanda, SP, MM selaku penguji tugas akhir saya karena telah memberikan pengarahan, perhatian serta saran dan masukan terhadap penulisan tugas akhir saya.
4. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Sc, Ph.D sebagai ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kebutuhan dalam penelitian untuk tugas akhir ini.
5. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

6. Bapak Syamsuarlis selaku pemimpin Toko Adang Klasik dan Benny Setya Budi selaku pengganti pimpinan yang menjadi narasumber dari kegiatan penelitian Tugas Akhir ini.
7. Kepada saudara-saudara saya (Dinda dan Azick) sahabat dan teman-teman saya (Fitra, Ade, Yandra, Didik, Fahrul, Widya, Naya, Weni, Puput, Yesa, Popy, razid, Vellin, Regina) serta teman-teman Prodi Manajemen Perdagangan angkatan 2018 yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sesegera mungkin.
8. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulisan Tugas Akhir ini.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan Tugas Akhir ini dan penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Padang, Agustus 2021

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>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
<b>A. Strategi Pemasaran .....</b>	<b>7</b>
1. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran.....	<b>9</b>
<b>B. Bauran Pemasaran.....</b>	<b>11</b>
1. Produk (Product) .....	<b>13</b>
2. Harga (Price) .....	<b>17</b>
3. Tempat/Lokasi ( <i>Place</i> ).....	<b>18</b>
4. Promosi (Promotion) .....	<b>19</b>
<b>BAB III PENDEKATAN PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
<b>A. Bentuk Penelitian .....</b>	<b>21</b>
<b>B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>21</b>
<b>C. Rancangan Penelitian .....</b>	<b>21</b>
1. Jenis Penelitian.....	<b>21</b>

2. Tahapan Penelitian .....	21
3. Objek Penelitian .....	23
4. Sumber Data .....	23
5. Teknik Pengumpulan Data .....	24
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>36</b>
1. Sejarah Umum Objek Penelitian .....	37
2. Logo Toko .....	38
3. Struktur Organisasi Toko .....	39
<b>B. Strategi Pemasaran Barang Antik Toko Adang Klasik .....</b>	<b>41</b>
1. Strategi Produk ( <i>Product</i> ).....	42
2. Strategi Harga ( <i>Price</i> ) .....	43
3. Strategi Tempat/Lokasi ( <i>Place</i> ).....	44
4. Strategi Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	455
<b>C. Keunggulan dan Kendala Toko Adang Klasik.....</b>	<b>46</b>
1. Keunggulan.....	46
2. Kendala.....	47
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>488</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>48</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>499</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>500</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>53</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Data Penjualan Toko Adang Klasik Tahun 2018-2020 .....	4
Tabel 2. Daftar Harga Produk atau Barang di Toko Adang Klasik .....	44

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Logo Toko Adang Klasik.....	38
Gambar 2. Struktur Organisasi Toko Adang Klasik.....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara.....	54
Lampiran 2. Surat Penelitian.....	59
Lampiran 3. Jenis-Jenis Produk .....	60
Lampiran 4. Proses Wawancara.....	61

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara besar yang memiliki sekitar 241.452.952 penduduk yang tersebar di beberapa pulau serta merupakan suatu negara yang memiliki potensi untuk bersaing dengan negara lain, dengan arti bahwa Indonesia bukanlah suatu negara yang hanya dipandang sebelah mata oleh negara-negara besar merupakan hal yang sedikit sulit untuk menemukan barang yang mereka cari secara *online*. Tidak banyak barang-barang koleksi atau antik yang dijual secara *online*. Barang-barang tersebut berharga relatif tidak murah. Menggunakan perantara juga memiliki resiko. Antara lain yaitu semakin besar resiko untuk tertipu oleh perantara tersebut (Gunawan dan Santoso, 2017). Beberapa kolektor dengan ambisi yang besar bahkan rela terbang ke negara yang akan mengadakan lelang besar hanya untuk mengejar barang-barang antik yang bernilai mahal. Bahkan untuk memilikinya, kolektor tersebut harus mengelilingi sejumlah negara. Di tempat kolektor biasanya dipenuhi barang antik, ada gentong peninggalan dinasti Ming dan Ching, guci, gelas, berbagai perabotan antik lainnya yang memang kebanyakan berasal dari dinasti Ming dan Ching Tiongkok.

Ketertarikan terhadap barang antik berawal dari keunikan dan nilai yang dimiliki oleh barang langka yang berusia tua tersebut. Selain itu, benda-benda peninggalan masa lalu tersebut bisa memiliki nilai tinggi, terutama di kalangan para kolektor.

Karena itulah, barang antik bisa dijadikan untuk investasi jangka panjang. Adapun hal lain yang menjadi daya tarik dari barang antik ialah semakin tua umur barang tersebut dan semakin terbatas tingkat ketersediaan dari suatu barang tersebut, maka nilai dari suatu barang tersebut akan semakin tinggi. Inilah alasan barang antik banyak diminati oleh para kolektor selain untuk investasi jangka panjang, bisa juga untuk dekorasi ruangan dan bukti sejarah yang pernah ada.

Tempat penjualan dan pelelangan barang antik adalah salah satu wadah yang dapat menampung dan memfasilitasi segala kegiatan untuk transaksi penjualan dan pembelian barang antik yang terdapat diseluruh dunia. Tempat penjualan dan pelelangan biasanya berupa gedung tertutup dan memiliki keamanan yang tinggi karena barang yang ada di dalamnya rata-rata bernilai mahal.

Kegiatan penjualan dan lelang barang antik di Indonesia biasanya hanya menggunakan fasilitas seperti toko barang antik, jual-beli online barang antik, atau juga di adakan pameran di beberapa tempat eksibisi yang juga para pengoleksi dapat membeli barang yang dipamerkan. Ada beberapa tempat pelelangan di Indonesia yang digunakan sampai saat ini, yaitu kantor pelayanan kekayaan negara dan lelang (KPKNL), balai lelang, dan pegadaian untuk beberapa barang lelang kelas bawah atau barang lelang biasa. Tetapi untuk barang lelang yang antik dan edisi terbatas sangat jarang terdapat wadah yang pantas untuk memfasilitasinya di Indonesia (Tanedi, 2016).

Seorang wirausahawan harus dituntut telaten dan cekatan dalam menjalankan bisnisnya. Di dalam dunia bisnis fungsi pemasaran merupakan salah satu kegiatan

yang penting dalam berbagai usaha, sehingga pemasar sudah harus memikirkan bagaimana suatu produk atau jasa yang ingin dipasarkan berhasil terjual. Salah satu cara untuk mengembangkan dan memaksimalkan penjualan dan pelelangan barang antik ataupun barang edisi terbatas adalah dengan menyediakan fasilitas yang memadai untuk kegiatan jual-beli barang-barang tersebut. Selain itu, sangat disayangkan apabila hanya terdapat fasilitas dibawah standar yang digunakan untuk melangsungkan kegiatan penjualan dan pelelangan di Indonesia (Fikri, 2020).

Strategi pemasar untuk dapat bertahan di dalam pasar, pemasar harus peka terhadap persaingan saat ini dan apa yang diinginkan oleh pembeli, perusahaan harus pertama-tama menentukan apa yang bisa dijual, berapa banyak yang bisa dijual untuk memikat pelanggan. Toko Barang Antik Adang Klasik merupakan salah satu usaha yang menjual barang-barang antik asli Nusantara dan Mancanegara. Adapun produk yang dijual oleh toko tersebut salah satunya adalah Samtiong atau biasa disebut dengan mangkuk peninggalan dinasti Ming dari China, guci peninggalan dinasti kuno China, porselen kuno dari berbagai negara, cetakan ukir, lukisan kerajaan, kuningan, songket kuno, setrika arang dan berbagai macam lainnya.

Alasan penulis memilih Toko Adang Klasik ialah berawal dari ketertarikan akan barang-barang yang bernilai dan bersejarah. Disamping itu, strategi yang dijalankan oleh toko tersebut sangat menarik untuk diteliti karena seperti yang kita ketahui bahwa barang antik adalah barang yang mempunyai peminat di kalangan tertentu dan tidak mudah untuk mencari target pasar pada barang antik tersebut. Turunnya omset penjualan dan tidak stabilnya omset penjualan dalam beberapa tahun merupakan

indikasi lemahnya kekuatan persaingan dan strategi yang diterapkan oleh Toko Adang Klasik dalam menghadapi persaingan, sehingga perlu dikaji apa yang menjadi penyebab adanya penurunan penjualan serta strategi pemasaran seperti apa yang dapat meningkatkan penjualan. Namun, perlu diketahui bahwa dengan adanya penurunan omset penjualan, Toko Barang Antik Adang Klasik masih tetap bertahan dengan usahanya dan masih tetap untung padahal kita tahu bahwa barang antik ini adalah barang yang mempunyai target pasar yang berbeda.

**Tabel 1. Data Penjualan Toko Adang Klasik Tahun 2018-2020**

NO	BULAN	TAHUN		
		2018	2019	2020
1	JANUARI	Rp 12.000.000,00	Rp 7.800.000,00	Rp 8.000.000,00
2	FEBRUARI	Rp 9.000.000,00	Rp 8.000.000,00	Rp 4.000.000,00
3	MARET	Rp 18.000.000,00	Rp 7.000.000,00	Rp 6.000.000,00
4	APRIL	Rp 14.700.000,00	Rp 4.000.000,00	Rp 4.000.000,00
5	MEI	Rp 12.000.000,00	Rp 9.000.000,00	Rp 4.000.000,00
6	JUNI	Rp 5.500.000,00	Rp 3.000.000,00	Rp 3.000.000,00
7	JULI	Rp 6.900.000,00	Rp 5.000.000,00	Rp 4.700.000,00
8	AGUSTUS	Rp 11.000.000,00	Rp 14.000.000,00	Rp 4.000.000,00
9	SEPTEMBER	Rp 8.300.000,00	Rp 4.000.000,00	Rp 5.500.000,00
10	OKTOBER	Rp 10.000.000,00	Rp 14.800.000,00	Rp 8.000.000,00
11	NOVEMBER	Rp 8.000.000,00	Rp 7.000.000,00	Rp 3.000.000,00
12	DESEMBER	Rp 15.500.000,00	Rp 8.500.000,00	Rp 4.700.000,00
<b>JUMLAH</b>		<b>Rp 130.900.000,00</b>	<b>Rp92.100.000,00</b>	<b>Rp 58.900.000,00</b>

*Sumber: Toko Adang Klasik (2021)*

Tabel 1 diatas merupakan jumlah pendapatan Toko Adang Klasik tahun 2018 sampai tahun 2020, perbandingan pendapatan Toko Adang Klasik pada tahun ke tahun mengalami penurunan. Pada tahun 2018 total penjualan Toko Adang Klasik sebesar Rp. 130.900.000, pada tahun 2019 total penjualan sebesar Rp. 92.100.000

sedangkan pada tahun 2020 total penjualan menurun sebesar Rp. 58.900.000. penurunan ini terjadi karena berkurangnya minat pembeli barang antik di masa pandemi pada saat ini. Sehingga Toko Adang Klasik meningkatkan strategi pemasaran barang antik nya agar penjualan kembali meningkat.

Penurunan penjualan yang begitu drastis pada tahun ini membuat Toko Barang Antik Adang Klasik lebih maksimal melakukan strategi penjualan di bidang pemasaran baik dari segi pemasaran melalui mulut ke mulut antar sesama kolektor ataupun pemasaran melalui sosial media. Hal ini menjadi pendukung untuk dapat meningkatkan kembali omset penjualan barang antik pada Toko Adang Klasik.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dengan ini penulis melakukan penelitian tugas akhir dengan mengangkat judul **“Strategi Pemasaran Barang Antik Pada Toko Adang Klasik di Kota Padang”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi pemasaran barang antik pada Toko Adang Klasik di Kota Padang?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran barang antik pada Toko Adang Klasik di Kota Padang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menjadi ilmu pengetahuan bagi mahasiswa serta masyarakat mengenai strategi pemasaran barang antik pada Toko Adang Klasik di Kota Padang.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dan toko barang antik dalam mengambil keputusan khusus mengenai kebijakan strategi pemasaran penjualan di masa yang akan datang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan strategi pemasaran barang antik yang telah ditetapkan pada Toko Adang Klasik dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan oleh Toko Adang Klasik ialah dengan cara mempromosikan usahanya melalui media sosial dan dari mulut ke mulut antar kolektor barang antik serta kenalan dari penjual barang antik yang dikenal.
2. Strategi bauran pemasaran yang telah diterapkan oleh Toko Adang Klasik sudah cukup baik, seperti produk atau barang yang bernilai dan harga yang sesuai dan promosi yang sangat kreatif sehingga menarik minat pembeli. Hal ini dilakukan Toko Adang Klasik guna untuk memajukan usahanya.
3. Sarana dan prasarana yang dimiliki Toko Adang Klasik sudah cukup memadai. Salah satunya sarana yang dimiliki Toko Adang Klasik, yaitu tempat penyimpanan barang antik yang aman dan tempat yang berupa gedung tertutup untuk meletakkan barang-barang antik sehingga barang tersebut terjaga dan aman keberadaannya. Oleh karena itu pelanggan yang berminat dengan barang antik di Toko Adang Klasik bisa dengan aman memilih dan puas akan kualitas barang yang di minatnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan dalam kesimpulan, maka untuk perbaikan toko kedepannya peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Tempat parkir Toko Adang Klasik sangat sempit dan kecil, oleh karena itu pihak pimpinan agar dapat membuat tempat parkir kendaraan dengan cara merenovasi bangunan tempat agar sedikit lebih luas dari sebelumnya.
2. Karyawan Toko Adang Klasik harus dikurangi karena omset pada masa pandemi yang dihadapi sekarang membuat omset pada toko menurun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, C. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Genesis Coffee. (*Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas*).
- Adi, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4).
- Alfian, I. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan . *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 118-141.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amalia, R. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam. (*Studi Kasus pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia, Bandar Lampung*) (*Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung*).
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Budiyanto, A. (2019). Penentuan Lokasi Perluasan Usaha Toko Bangunan pada UD. Sari Bumi Bangunan di Daerah Mojokerto. (*Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang*).
- Christian. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA* 1(3), 71-80.
- Fikri, M. S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan pada Toko Barang Antik Bakumpai Mas Banjarmasin. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB*).