

The Effect of Store Image, Discount Prices and Distribution Channels on Sales Volume At UD Pande Kertiasih In Sawan Village, Sawan District

Pengaruh Citra Toko, Diskon Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada UD Pande Kertiasih Di Desa Sawan, Kecamatan Sawan

Ni Nyoman Juli Nuryani^{1*}, Komang Desi Handayani²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja^{1,2}

handayaniid34@gmail.com¹

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study was conducted to find out how the influence of store image, price discounts and distribution channels on sales volume at UD Pande Kertiasih. The analytical techniques used in this study are validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests and f-tests. The results of this study are: 1) the store image has a positive and significant effect based on the calculated t value obtained is 3.065 and the significance value ($0.004 < 0.05$), which means < 0.05 . 2) price discounts have a positive and significant effect on sales volume with the calculated t value obtained is 2.101 and the significance value ($0.004 < 0.05$) which means < 0.05 . 3) the distribution channel has a positive and significant effect on sales volume with the calculated t value obtained is 2.646 with a significance value ($0.004 < 0.05$) which means < 0.05 . Then the results of the F statistical test in this study were 60,070 with a significance value of 0.000 which means that the < 0.05 and the ratio between F counts of 60.070.

Keywords : Store Image, Price Discount, Distribution Channel, Sales Volume

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana pengaruh citra toko, diskon harga dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada UD Pande Kertiasih. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, t-test dan uji f-test. Perolehan hasil penelitian ini adalah : 1) citra toko berpengaruh secara positif dan signifikan berdasarkan nilai t hitung yang diperoleh adalah sebesar 3,065 serta nilai signifikansi ($0,004 < 0,05$), yang artinya lebih $< 0,05$. 2) diskon harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume penjualan dengan nilai t hitung yang diperoleh adalah sebesar 2,101 serta nilai signifikansi ($0,004 < 0,05$) yang artinya $< 0,05$. 3) saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan dengan nilai t hitung yang diperoleh adalah sebesar sebesar 2,646 dengan nilai signifikansi ($0,004 < 0,05$) yang artinya $< 0,05$. Kemudian hasil uji statistik F dalam penelitian ini adalah sebesar 60,070 dengan nilai signifikansi yaitu 0,000 yang artinya $< 0,05$ serta perbandingan antara F hitung sebesar 60,070.

Kata Kunci : Citra Toko, Diskon Harga, Saluran Distribusi, Volume Penjualan

1. Pendahuluan

UD Pande Kertiasih adalah usaha dagang retail dan menjual aneka kebutuhan pangan dan non pangan yang berdiri pada tahun 2010. Apabila dilihat berdasarkan kegiatan operasionalnya UD Pande Kertiasih memiliki perkembangan yang baik dari tahun 2010-2018. Tetapi, seiring berjalannya waktu terjadi penurunan volume penjualan selama 3 tahun terakhir terhitung dari tahun 2019-2021. Bagi setiap usaha, volume penjualan menjadi fokus utama yang merupakan keberhasilan bagi usaha itu sendiri, yang mana penurunan volume penjualan dapat dilihat pada omset yang diperoleh. Dalam penelitian ini terdapat data yang dapat menunjukkan bahwa terjadinya penurunan omset. Besaran target UD Pande Kertiasih adalah sebesar Rp 1.200.000.000 per tahun, diketahui adanya penurunan jumlah omset penjualan selama 3 tahun berturut turut yakni dari tahun 2019-2021. Dalam penelitian ini omset

dijadikan acuan terkait volume penjualan pada UD Pande Kertiasih. Adapun pada tahun 2019 omset berada pada angka Rp 1.045.480.000 atau sama dengan 95%, dengan kata lain selisih 5% dari target yang telah di tentukan dari tahun-tahun sebelumnya. Kemudian pada tahun 2020 terjadi penurunan omset sebesar Rp 930,477,200 atau sama dengan 89%, dengan kata lain selisih 6% dari tahun 2019. Selanjutnya pada tahun 2021 terjadi penurunan kembali omset penjualan sebesar Rp 809,515,164 atau sama dengan 87%, dengan kata lain selisih 10% dari tahun 2020. Penurunan omset penjualan sama halnya dengan penurunan terhadap volume penjualan barang, yang mana hal ini mengarah kepada citra toko, diskon harga dan saluran distribusi pada UD Pande Kertiasih di Desa Sawan Kecamatan Sawan.

Swastha (2020) berpendapat bahwa volume penjualan merupakan pencapaian suatu usaha yang mana terdiri dari dua cara untuk dapat mencapai hal tersebut diantaranya adalah dapat mencapai target penjualan serta mengukur unit produk yang terjual. Citra Toko menurut Sopiha dan Syihabudhin (2017) merupakan sketsa dari apa yang terlihat sehingga konsumen dapat merasakan segala sesuatu terkait toko tersebut. Sebagai retailer yang ada di Kecamatan Sawan Ud Pande Kertiasih memiliki banyak pesaing yang bergerak di lini yang sama, yang mana masing-masing pihak berlomba lomba untuk dapat menguasai pangsa pasar. Ud Pande Kertiasih adalah retailer yang menjual banyak barang baik itu pangan dan non pangan, yang mana ketika berbelanja tidak ada price tag pada barang dagangan sehingga konsumen harus memanggil karyawan untuk memberikan informasi harga. Kemudian pada Ud pande Kertiasih pelayanan kurang ramah, yang mana karyawan terkadang melupakan senyum salam sapa pada konsumen yang berbelanja. Selanjutnya suasana toko yang kurang nyaman karena lahan parkir yang dimiliki sangat sempit, sehingga konsumen kesulitan saat ingin memarkir kendaraan.

Kemudian Menurut Kotler & Armstrong (2018) diskon merupakan tindakan penurunan harga oleh penjual kepada konsumen terhadap barang yang dijual yang ditentukan berdasarkan batas waktu telah ditentukan. Berdasarkan implementasinya diskon diwujudkan dalam beragam bentuk, salah satunya adalah Berbagai bentuk diskon diskon tunai (cash discount) yang merupakan pengurangan harga terhadap barang yang dibayar secara cash. Selanjutnya Menurut (Utami, 2018) aktivitas penyaluran barang adalah serangkaian kegiatan dari sebuah toko/usaha untuk melayani konsumen dan menjamin ketersediaan barang bagi konsumen baik reseller ataupun user. Dalam hal ini, Ud Pande Kertiasih masih maksimal secara distribusi produk, yang mana jangkauan distribusi yang dilakukan saat ini masih sebatas pada area Kecamatan Sawan dan sekitarnya, dengan cara melakukan kerjasama dengan para reseller ataupun menjual produk kepada end user. Dengan kata lain, kurangnya perluasan kerjasama antar reseller diluar Kecamatan Sawan sehingga produk yang dijual belum dapat terdistribusi secara maksimal.

Pada dasarnya sebuah usaha wajib memiliki ekuitas yang kuat akan lebih mudah untuk memperoleh penjualan volume penjualan dengan persentase tinggi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap elemen elemen pemasaran perlu untuk digunakan sebagai faktor penunjang dalam menjalankan suatu usaha diantaranya, citra toko, diskon harga dan saluran distribusi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis sangat tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul "Pengaruh Citra Toko, Diskon Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada UD Pande Kertiasih Di Desa Sawan Kecamatan Sawan".

2. Tinjauan Pustaka

Citra Toko

Menurut (Gani, 2017) citra toko merupakan suatu penilaian yang secara langsung dapat mempengaruhi pandangan seseorang terhadap sebuah toko bagus tidaknya sebuah toko. (Kusuma, 2018) citra toko adalah pandangan yang dapat menunjukkan bagaimana pengalaman konsumen ketika melakukan pembelian produk pada toko tersebut. Menurut

(Soemirat, 2017) untuk mengukur adanya citra toko dapat digunakan beberapa indikator citra toko yakni :

1. Pengaturan toko
2. Pencahayaan ruangan
3. Display toko
4. Kebersihan toko
5. Halaman parkir yang memadai.

Diskon Harga

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2018) harga adalah nilai mata uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk membeli produk yang diinginkan. Sonata (2019) mendefinisikan potongan harga (*price discount*) adalah upaya yang dilakukan dalam menentukan harga terhadap produk yang dijual yang berupa penurunan harga terhadap produk yang dijual. Indikator pengukur diskon Menurut Sutisna (2017) adapun aspek-aspek atau indikator yang berkaitan dengan potongan harga atau diskon adalah:

1. Besarnya potongan harga
2. Masa potongan harga
3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga.

Saluran Distribusi

Menurut (Tjiptono, 2018) saluran distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemasar untuk mendistribusikan produk dan barang yang dijual dengan sikut area tertentu yang menjadi sasaran pasar. Hal ini bertujuan untuk menjaga stok produk pada konsumen. Suparyanto dan Rosad (2017) saluran distribusi merupakan areal yang terintegrasi antar satu dengan yang lain dalam hal bagaimana dapat menyampaikan produk kepada konsumen baik untuk dijual kembali atau digunakan dalam skala rumah tangga atau pribadi. Indikator saluran distribusi menurut (Kotler, 2018) untuk mengukur distribusi dapat menggunakan indikator sebagai berikut :

1. Sistem transportasi
2. Produk
3. Waktu Penantian

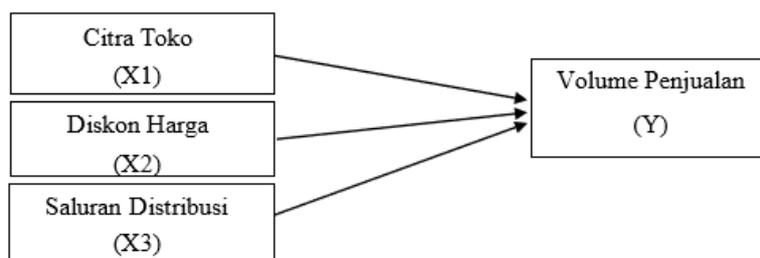
Volume Penjualan

Menurut (Rizal & Misriati, 2018), penjualan adalah upaya pemasaran produk untuk menawarkan dan menjual produknya dengan pencapaian penjualan dengan jumlah tertentu. Volume penjualan menurut Budidharmo, (2020) merupakan jumlah yang diperoleh dari produk yang dijual dengan kuantitas yang diperoleh dalam kuantitas tertentu. Indikator Volume Penjualan menurut Zulmi Nur Malik (2017) adalah :

1. Intensitas pembelian
2. Syarat pembayaran
3. Daya beli

Hipotesis

Sebuah konsep dalam sebuah penelitian diwujudkan dalam gambar sebuah kerangka pemikiran dengan mengaitkan teori dengan faktor-faktor yang terkait dengan penelitian. Menurut (Tjiptono, 2020) menyatakan bahwa pemasaran merupakan gabungan dari aspek-aspek terkait seperti pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa yang merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha guna mendistribusikan produk ke tangan konsumen.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Semakin baik citra toko maka semakin meningkat volume penjualan pada Ud Pande Kertiasih di Desa Sawan Kecamatan Sawan.
- H2 : Semakin tinggi diskon harga maka semakin meningkat volume penjualan pada Ud Pande Kertiasih di Desa Sawan Kecamatan Sawan.
- H3 : Semakin luas saluran distribusi maka semakin meningkat volume penjualan pada Ud Pande Kertiasih di Desa Sawan Kecamatan Sawan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UD Pande Kertiasih yang berlokasi di Desa Sawan Kecamatan Sawan. Dalam penelitian ini kuesioner dan dokumentasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data sesuai dengan jumlah kuesioner yang telah ditentukan dengan menggunakan sebanyak 93 orang konsumen sebagai populasi. Adapun cara penentuan sampel ditentukan menggunakan rumus slovin dengan menerapkan *purposive sampling* sebagai teknik pengumpulan data. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 48 orang konsumen serta teknik analisis data dalam penelitian ini uji validitas, uji reliabilitas Analisis Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis.

4. Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan pada konsumen di UD. Pande Kertiasih sebanyak 48 responden yang berkaitan dengan variabel citra toko, diskon harga dan saluran distribusi terhadap volume penjualan diperoleh sebanyak 48 kuesioner yang disebar seluruhnya layak digunakan untuk pengujian selanjutnya. Dalam penelitian ini hasil penyebaran kuesioner akan dilanjutkan ke tahap analisis menggunakan aplikasi statistika SPSS versi 20 for Windows. Dilihat dari hasil uji uji validitas, seluruh butir-butir pernyataan yang sebarakan kepada responden melalui kuesioner lolos dikarenakan memiliki nilai koefisien > 0,3. Selanjutnya sesuai dengan jumlah kuesioner maka dalam penelitian ini dilakukan pengujian instrument penelitian reliabilitas dengan menggunakan koefisien alfa. Dilihat dari hasil penyebaran kuesioner didapati hasil bahwa seluruh butir-butir pernyataan pernyataan yang sebarakan kepada responden melalu kuesioner lolos dikarenakan memiliki nilai koefisien dengan kriteria alfa yaitu dengan total nilai diatas 0,60 sebagai syarat reliabel. Dengan kata lain seluruh variabel yang dianalisis dalam penelitian ini seluruhnya lolos uji reliabilitas.

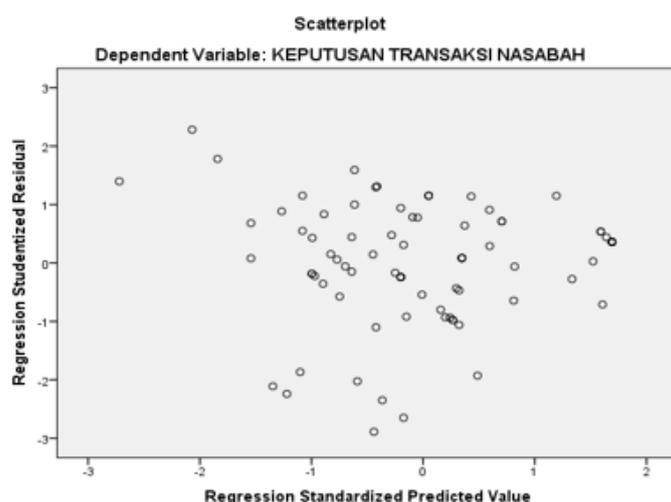
Uji normalitas merupakan cara untuk dapat mengetahui normal tidaknya sebuah data terdistribusi melalui ketentuan dengan membandingkan tingkat signifikansi. Adapun ketentuan yang dimaksud adalah apabila nilai > 0,05, mengandung arti bahwa data tidak mengalami masalah dalam uji normalitas atau terdistribusi secara normal. Sesuai dengan hasil yang diperoleh dalam peneliitan ini adapun pedoman untuk melihat apakah sebuah data dapat terdistribusi normal adalah ditentukan berdasarkan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan melihat nilai *Asymp Sig. (2-Tailed)* sebesar 0,356, yang artinya angka tersebut

menunjukkan bahwa nilai lebih besar dari 5% (0,05). Dengan kata lain data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Hasil uji multikolinieritas merupakan pedoman sebuah data apakah memiliki masalah secara multikolonieritas atau tidak. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai VIF pada variabel independen dengan besaran nilai < 10. Diketahui bahwa nilai VIF pada citra toko sebesar 2.422 diskon harga sebesar 3.629 dan saluran distribusi sebesar 4.829. Dimana nilai VIF yang diperoleh dari variabel bebas adalah tidak lebih besar 10. Dengan kata lain seluruh variabel terbebas dari multikolinieritas.

Tabel 1. Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Toko	0.413	2.422
	Diskon Harga	0.276	3.629
	Saluran Distribusi	0.207	4.829



Gambar 2 Grafik Scatterplot

Berdasarkan pada kurva P-P Plot telah menunjukkan kurva residual dimana data dalam kurva tersebar dengan baik dan mengikuti model regresi sehingga uji normalitas terpenuhi.

Analisis regresi berganda merupakan sebuah cara yang digunakan dalam penelitian jenis kuantitatif agar dapat diketahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis regresi dengan aplikasi SPSS terkait dengan variabel bebas dan terikat yaitu Pengaruh Citra Toko, Diskon Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Ud Pande Kertiasih sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.044	.310		.141	.889
CT	.303	.099	.319	3.065	.004
DH	.258	.123	.267	2.101	.041
SD	.421	.159	.388	2.646	.011

$$Y = 0,044 + 0,303 + 0,258 + 0,421$$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda dari model persamaan di atas sebagai berikut :

1. Nilai koefisien regresi untuk variabel citra toko adalah sebesar 0,303. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel citra toko maka volume penjualan mengalami peningkatan sebesar 0,044. Sehingga dapat dijabarkan bahwa volume penjualan adalah $0,044 + 0,303 = 0,347$.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel diskon harga adalah sebesar 0,258. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel diskon harga maka volume penjualan mengalami peningkatan sebesar 0,044. Sehingga dapat dijabarkan bahwa volume penjualan $0,044 + 0,258 = 0,302$.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel saluran distribusi adalah sebesar 0,421. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel saluran distribusi maka volume penjualan mengalami peningkatan sebesar 0,044. Sehingga dapat dijabarkan bahwa $0,044 + 0,421 = 0,465$.

Tabel 3. Hasil Uji T-Test

	Model	T	Sig.
1	(Constant)	0,141	0,889
	Citra Toko	3,065	0,004
	Diskon Harga	2,101	0,041
	Saluran Distribusi	2,646	0,011

Berdasarkan tabel Uji T diatas, maka didapatkan hasil hipotesis sebagai berikut :

H1 : Sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh pada tabel T menunjukkan bahwa adapun nilai signifikansi pada variabel citra toko sebesar ($0,004 < 0,05$). Hal tersebut mengindikasikan bahwa bahwa variabel citra toko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Sehingga berdasarkan hal tersebut mengandung arti bahwa Hipotesis 1 diterima.

H2 : Sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh pada tabel T menunjukkan bahwa adapun nilai signifikansi pada variabel diskon sebesar ($0,041 < 0,05$). Hal tersebut mengindikasikan bahwa bahwa variabel diskon harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Sehingga berdasarkan hal tersebut mengandung arti bahwa Hipotesis 2 diterima.

H3 : Sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh pada tabel T menunjukkan bahwa adapun nilai signifikansi pada variabel saluran distribusi sebesar ($0,011 < 0,05$). Hal tersebut mengindikasikan bahwa bahwa variabel diskon harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Sehingga berdasarkan hal tersebut mengandung arti bahwa Hipotesis 3 diterima.

Tabel 4. Hasil Uji F-Test

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.738	3	8.246	60.070	.000 ^a
	Residual	6.040	44	.137		
	Total	30.778	47			

Hasil Uji F pada penelitian ini menunjukkan nilai sebesar pada 60,070 dengan total nilai signifikansi 0,000. Dikarenakan nilai signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 dan perbandingan antara F hitung sebesar 60,070, maka model regresi lulus uji F serta dapat digunakan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh variabel bebas dan variabel terikat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra toko, diskon harga dan saluran distribusi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

5. Penutup

Kesimpulan

Sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Sesuai dengan hasil penelitian yang ada mengindikasikan bahwa jika semakin baik citra toko maka akan semakin naiknya tingkat volume penjualan pada UD Pande Kertiasih. Dalam penelitian ini citra toko sudah baik, sehingga dengan kata lain citra toko memiliki nilai positif dan signifikan terhadap volume penjualan yang dibuktikan dengan nilai yang positif dan signifikan pada variabel citra toko terhadap volume penjualan.
2. Sesuai dengan hasil penelitian yang ada mengindikasikan bahwa jika semakin tinggi diskon harga maka akan semakin naiknya tingkat volume penjualan pada UD Pande Kertiasih. Dalam penelitian ini diskon harga sudah baik, sehingga dengan kata lain citra toko memiliki nilai positif dan signifikan terhadap volume penjualan yang dibuktikan dengan nilai yang positif dan signifikan pada variabel diskon harga terhadap volume penjualan.
3. Sesuai dengan hasil penelitian yang ada mengindikasikan bahwa jika semakin luas saluran distribusi maka akan semakin naiknya tingkat volume penjualan pada UD Pande Kertiasih. Dalam penelitian ini saluran distribusi sudah baik, sehingga dengan kata lain saluran distribusi memiliki nilai positif dan signifikan terhadap volume penjualan yang dibuktikan dengan nilai yang positif dan signifikan pada variabel saluran distribusi terhadap volume penjualan. .

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka diperoleh beberapa saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Pihak UD Pande Kertiasih, saran yang dapat diberikan adalah agar dapat memperhatikan faktor saluran distribusi untuk mendistribusikan produk yang dijual pada ruang lingkup yang lebih luas. Hal ini bertujuan untuk dapat memenuhi permintaan konsumen untuk dapat melakukan pembelian pada UD Pande Kertiasih, sehingga tujuan perusahaan terkait volume penjualan produk data tercapai sesuai dengan yang diharapkan.
2. Besar harapan penulis agar kedepannya penelitian terkait citra toko, diskon harga dan saluran distribusi dapat dikembangkan oleh penulis dimasa yang akan datang dengan menguji variabel lain terkait hal hal yang dapat menyebabkan adanya volume penjualan.

Daftar Pustaka

- Budhidarmo. (2020). Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Motor Yamaha Mio Soul Pada PT. Thamrin Brathers Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*. 17(4).
- Gani, Khairul. (2017). Peran Citra Toko Dengan Keputusan Membeli di Giant".
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kusuma, Adhi Rah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kompetensi Tenaga Penjualan, dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada PT. Ratna Intan Kusuma di Semarang). *Tesis Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang*.
- Malik, Nur, Zulmi. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Notebook Merek Acer Pada CV. Galaksi Komputer. Mahasiswa Program S1 Ilmu Administrasi Bisnis. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman*. 3(4).
- Priyastama, R Soemirat. (2017). Pengaruh Citra toko Terhadap Pembelian Konsumen".
- Rizal & Mlsteri. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pakaian Berbasis Web Pada Toko Uj Outlet. *Jurnal Siskom*. 7.

- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli. 3(3). September 2020.
- Sonata. (2019). Pengaruh program diskon terhadap keputusan pembelian (Study kasus pada Ramayana Bogor Trade Mall). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor*.
- Sopiah, dan Syihabudhin. (2017). "Manajemen Bisnis Ritel. *Jurnal Pemasaran*.
- Suparyanto & Rosad. (2015). Manajemen Pemasaran In Media, Yogyakarta.
- Sutisna. (2017). Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran
- Tjiptono, Fandy. (2018). Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Andi Offset, Kab Malang - Pakis, Jawa Timur.