

ANALISIS KUALITAS PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV. GAJAH UTAMA PARTINDO BANJARMASIN

Nur Aulia Alma

15310266

ABSTRAK

Penjualan merupakan salah satu syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan laba. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang didapatpun akan semakin maksimal. Untuk mencapai tujuan ini maka sangat diperlukan usaha-usaha agar konsumen mempunyai daya tarik dan sifat loyal dalam berbelanja dalam unit usaha. Suatu perusahaan tidak akan berkembang apabila tidak mampu menjual produk yang dihasilkan, sebaliknya suatu perusahaan mampu untuk eksis dalam persaingan usaha. Kualitas produk, merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian karena hal tersebut melekat pada suatu produk dan perusahaan sehingga, seringkali digunakan oleh konsumen sebagai dasar untuk memutuskan membeli atau tidak barang atau jasa yang ditawarkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap penjualan produk CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin serta upaya yang dilakukan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin untuk meningkatkan penjualan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang dilakukan di CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin. Teknik analisa data yang digunakan yaitu dengan cara menganalisis data dan keterangan yang diperoleh di lapangan secara deskriptif kualitatif yang selanjutnya dianalisis menggunakan dasar-dasar yang didapat dari riset kepustakaan. Kemudian hasilnya disusun berupa laporan hasil penelitian dalam bentuk skripsi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk harga, promosi, distribusi dan salesman skill memiliki pengaruh dominan terhadap volume penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin. Dari fakto-faktor yang teridentifikasi terdapat satu faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian yakni faktor kualitas produk-produk.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Marketing Mix, Penjualan, Harga, Promosi, Distribusi, Salesman Skill

LATAR BELAKANG

MASALAH

Meningkatkan penjualan dengan kualitas produk untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan terlebih perusahaan industri. Berbagai macam jenis produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan berbgaiseperti jenis, mutu, serta bentuk, hal tersebut bertujuan untuk menarik minat pelanggan, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas membeli produk tersebut.

Peningkatan pendapatan perusahaan dengan kualitas produk itu dapat dibaurkan dengan menggunakan strategi pemasaran, CV Gajah Utama Partindo menggunakan bauran pemasaran yang terdiri atas empat

variabel yaitu strategi produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi promosi (*promotion*), dan strategi lokasi (*placement*). Masing-masing variabel akan saling berkaitan sehingga perusahaan harus dapat memilih kombinasi atau memilih variabel yang terbaik dari keempat variabel tersebut. Selera konsumen harus diperhatikan dalam pelaksanaan pengembangan penjualan dengan harapan agar konsumen puas atas produk dan jasa yang telah diperjual belikan.

Pada era yang modern seperti ini kendaraan bermotor khususnya kendaraan bermotor roda dua merupakan suatu kebutuhan mutlak masyarakat karena alat transportasi ini merupakan penunjang kegiatan yang mudah didapatkan dan efisien. Pelaku ekonomi yang pintar pasti akan

mampu melihat kesempatan seiring berkembangnya inovasi di industri kendaraan bermotor ini. Dan salah satu kesempatan yang bisa dimasuki adalah dengan ‘menembak’ di bagian sparepart. Sparepart merupakan kebutuhan yang tidak diragukan lagi oleh setiap masyarakat yang menggunakan motor, kehadiran perusahaan penjual sparepart pasti dibutuhkan masyarakat. Tapi pasti tentu setiap pelaku ekonomi yang pintar sudah memikirkan hal ini dan sudah merencanakan semuanya dengan strategi yang mapan, karena persaingan tentu terjadi. Sebagai pelaku usaha, tentu tidak mudah untuk menjalankan usaha ini, dibutuhkan sejenis analisa ke depan agar roda perusahaan bisa berjalan dengan baik dan tetap tumbuh berkembang diantara para pesaing atau perusahaan lain.

Persaingan tidak hanya dalam skala kota dan wilayah akan tetapi persaingan kualitas dan kuantitas produk dan pelayanan juga menjadi bahan pertimbangan perusahaan.

CV Gajah Utama Partindo menjual berbagai merek yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih pada setiap produk nya, berbagai macam merek sparepart diantaranya merek Taka, merek Macho, dan merek Kc. Dari ke tiga merek tersebut memiliki kualitas dan harga yang berbeda-beda, dari ketiga merek tersebut memiliki kelebihan-kelebihannya tersendiri seperti, memiliki kualitas di bagian mesin, bahan, dan kemasan produknya, dimana kualitas dan harga dari merek tersebut sangatlah berpengaruh terhadap penjualan. Akan tetapi barang yang datang pada pemesanan

pertama dan pemesanan selanjutnya terkadang memiliki kualitas produk yang berbeda.

Untuk memastikan tujuan perusahaan dapat tercapai dan mengetahui sejauh mana efektifitas operasi perusahaan dalam mencapai tujuan maka secara periodik dilakukan pengukuran kinerja perusahaan dari tahun 2014 sampai 2018 total penjualan yang didapat tidak signifikan. Target penjualan yang ditetapkan pada tahun 2014 sampai 2015 adalah 1.5 Miliar, dan pada tahun 2016 sampai 2018 ada perubahan ketetapan target menjadi 2 Miliar. Pada tahun 2014 penjualan mencapai target sebesar 110%. Pada tahun 2015 penjualan sebesar 95% mengalami penurunan 5% dari target yang ditetapkan. Pada tahun 2016 target penjualan berubah menjadi 2 miliar,

dan pendapatan penjualan sebesar 95%, namun yang tidak tercapai sebesar 5%. Pada tahun 2017 penjualan memiliki peningkatan sebesar 10% menjadi 110% dan pada tahun 2018 penjualan meningkat sebesar 3% menjadi 103%.

Berdasarkan data target dan hasil penjualan terlihat adanya fluktuasi dari tahun 2014 sampai tahun 2018, data-data tersebut menunjukkan bahwa adanya penurunan penjualan. Hal tersebut disebabkan oleh kualitas produk yang tidak sesuai dengan permintaan, dan juga pada saat pemesanan selanjutnya produsen tidak konsisten dalam mempertahankan kualitas produk barang yang dijual.

Dari urian diatas maka penulis mengangkat judul penelitian yaitu “ANALISIS KUALITAS PRODUK DALAM UPAYA

MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA CV GAJAH UTAMA
PARTINDO BANJARMASIN”.

RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka yang akan menjadi rumusan masalah adalah :

- 1) Bagaimana kualitas produk pada CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin ?
- 2) Bagaimana tingkat penjualan produk pada CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin ?
- 3) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi terhadap penjualan produk CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin?
- 4) Upaya-upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan CV

Gajah Utama Partindo
Banjarmasin ?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang dilakukan di CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin. Teknik analisa data yan digunakan yaitu dengan cara menganalisis data dan keterangan yang diperoleh di lapangan secara deskriptif kualitatif yang selanjutnya dianalisis menggunakan dasar-dasar yang didapat dari riset kepustakaan. Kemudian hasilnya disusun berupa laporan hasil penelitian kedalam bentuk skripsi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kualitas Produk Pada CV Gajah

Utama Partindo Banjarmasin

CV Gajah Utama Partindo menjual berbagai merek yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih pada setiap produknya, berbagai macam merek sparepart diantaranya merek Taka, merek Macho, dan merek Kc. Dari ke tiga merek tersebut memiliki kualitas dan harga yang berbeda-beda, dari ketiga merek tersebut memiliki kelebihan-kelebihannya tersendiri seperti, memiliki kualitas di bagian mesin, bahan, dan kemasan produknya, dimana kualitas dan harga dari merek tersebut sangatlah berpengaruh terhadap penjualan. Untuk produk CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin yang mengedepankan kualitas produk yaitu ada beberapa indikator yaitu sebagai berikut :

1. Ketahanan yang baik

Dalam menjual produknya CV Gajah Utama Partindo salah satu faktor yang sangat diperhatikan yaitu ketahanan produk tersebut, karena konsumen dalam menentukan pembelian produk hal yang paling utama yang dipertimbangkan ketahanan produk tersebut. Ketahanan produk yang baik oleh produk CV Gajah Utama Partindo yaitu keawetan serta bahan yang digunakan dapat bertahan lama.

2. Desain.

CV Gajah Utama Partindo dalam menjual produknya salah satu upaya meningkatkan kualitas produk yakni sangat memperhatikan desain produk,

yang mana desain merupakan rancangan bentuk dari suatu produk yang dilakukan atas dasar pandangan bahwa “bentuk ditentukan oleh fungsi” dimana desain mempunyai kontribusi terhadap manfaat dan sekaligus menjadi daya tarik produk karena selalu mempertimbangkan faktor-faktor estetika, ergonomis, bahan dan lain-lain. Desain atau rancangan yang baik dapat menarik perhatian, meningkatkan kinerja produk, mengurangi biaya produk dan memberi keunggulan bersaing yang kuat di pasar sasaran.

B. Tingkat penjualan produk pada CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin

Tingkat penjualan CV Gajah Utama Partindo pada tahun 2014 sampai 2018 total penjualan yang didapat tidak signifikan. Target penjualan yang ditetapkan pada tahun 2014 sampai 2015 adalah 1.5 Miliar, dan pada tahun 2016 sampai 2018 ada perubahan ketetapan target menjadi 2 Miliar. Pada tahun 2014 penjualan mencapai target sebesar 110%. Pada tahun 2015 penjualan sebesar 95% mengalami penurunan 5% dari target yang ditetapkan. Pada tahun 2016 target penjualan berubah menjadi 2 miliar, dan pendapatan penjualan sebesar 95%, namun yang tidak tercapai sebesar 5%. Pada tahun 2017 penjualan memiliki peningkatan sebesar 10% menjadi 110% dan pada tahun 2018 penjualan meningkat sebesar 3% menjadi 103%.

Dapat kita lihat dari data penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin di atas dari tahun 2014 sampai 2018 bahwa penjualan mengalami penurunan dan kenaikan. Pada tahun 2014 penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin melebihi target yang ditentukan yakni 110%, akan tetapi pada tahun berikutnya tahun 2015 penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin mengalami penurunan yang sangat drastis yang hanya mencapai 95% dari target penjualan seharusnya. Pada tahun 2017 dan 2018 penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin mengalami kenaikan penjualan melebihi target yang ditentukan.

C. Faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap

penjualan produk CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin.

CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin merupakan sebuah perusahaan yang berbentuk CV yang bergerak dalam bidang distributor *sparepart* dan menyediakan berbagai macam produk variasi kendaraan. Berdasarkan data pada CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin bahwa terdapat beberapa merek produk yang dijual sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dimana dalam menjalankan aktivitas usahanya CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin senantiasa ingin mengembangkan serta memperluas cara pemasarannya, tujuannya tidak lain adalah agar perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan serta memaksimalkan laba sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Namun untuk dapat meningkatkan volume penjualan, CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin harus mampu membaca situasi pemasaran untuk dapat peningkatan volume penjualan dimana dalam penerapannya perlu dilakukan penganalisaan pada faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pertama yang mempengaruhi penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin yaitu kualitas produk. Kualitas produk merupakan suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat

diraba, termasuk bungkus, warna, distribusi, prestise perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Dalam hal produk seorang pembeli akan mempertimbangkan kualitas produk yang dibelinya, selama ini konsumen CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin memilih kualitas produk yang baik. Hal ini dikarenakan dengan produk yang kualitas baik tentu saja barang akan tahan lama untuk digunakan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian ulang, Pengaruh tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang

ditawarkan perusahaan dapat meningkatkan keputusan pembelian ulang konsumen. Jika produk suatu perusahaan mempunyai kualitas yang bagus maka konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Karenanya perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas yang sudah ada, atau lebih meningkatkan kualitas produknya.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ulang

Analisis harga tentu saja menjadi faktor yang lebih dominan setelah kualitas produk, biasanya pembeli lebih memilih harga yang murah dan terjangkau. Dikarenakan dengan harga yang murah

keputusan pembeli tidak akan ragu untuk membeli dengan jumlah yang cukup banyak. Pada CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin harga yang ditetapkan disesuaikan dengan strategi perusahaan secara keseluruhan dalam menghadapi situasi dan kondisi yang selalu berubah, dan diarahkan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan untuk tahun dan waktu tersebut. Hal ini dilakukan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin karena penetapan harga jual mempunyai dampak langsung terhadap besarnya laba perusahaan, volume penjualan dan pangsa pasar perusahaan. Jika CV Gajah Utama Partindo

Banjarmasin dalam mengambil keputusan dalam penetapan harga maka tidak menutup kemungkinan konsumen akan beralih ke produk lain yang menawarkan kesesuaian harga dengan kualitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Pengaruh tersebut menunjukkan bahwa semakin baik harga atau kesesuaian harga dengan produk yang dijual maka akan meningkatkan keputusan pembelian ulang.

3. Pengaruh promosi

Untuk analisis promosi merupakan salah satu faktor yang cukup penting, seorang pembeli akan tertarik untuk membeli produk apabila

penawaran atau promosinya baik dan dapat menarik minat pembeli. Promosi salah satu strategi pemasaran yang harus dilakukan agar produk yang dijual informasinya bisa sampai pada konsumen atau masyarakat. Dengan demikian semakin baik promosi untuk menarik minat seseorang maka keputusan pembelian akan juga semakin meningkat. CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin melakukan promosi sebelum memasarkan produknya, hal tersebut dilakukan untuk memperkenalkan produk yang dimiliki kepada konsumen. Untuk menarik perhatian konsumen maka promosi harus dibuat semenarik mungkin. Hasil analisis menunjukkan

bahwa promosi mempengaruhi terhadap keputusan pembelian ulang. Pengaruh tersebut menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan oleh perusahaan akan meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli kembali produk tersebut.

4. Pengaruh distribusi

Distribusi merupakan suatu kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan. CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin bergerak dalam bidang distributor intinya harus mengetahui bagaimana

perusahaan memasarkan barang produksinya, hal ini berkaitan dengan daya jangkau konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan itu mudah atau sulit didapat oleh konsumen. Hasil analisis dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebagai salah satu strategi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan

5. *Salesman Skill* atau tenaga penjual

CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin bergerak dalam bidang distributor sangat mengandalkan kemampuan salesmannya dalam memasarkan atau

menjual produk perusahaan baik itu dalam kapasitas besar maupun dalam jumlah kecil. Tenaga penjual atau agen sangat memiliki peran penting dalam menunjang proses kelancaran pendistribusian barang. Hal ini dikarenakan tenaga penjual atau agen merupakan perpanjangan tangan perusahaan yang memiliki pengaruh yang besar dalam mensukseskan pengiriman barang untuk sampai ketangan konsumen.

D. Upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin

CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin sebagai salah satu perusahaan bergerak dalam bidang

distributor *sparepart* dan menyediakan berbagai macam produk variasi kendaraan memiliki tujuan yaitu meraih keuntungan dengan meningkatkan volume penjualan. Adapun upaya yang dapat dilakukan oleh CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan yaitu harus selalu memperhatikan kualitas produk yang dipasarkan kepada konsumen, karena dari data penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin tahun 2014 sampai 2018 pernah mengalami penurunan yang akibatnya utamanya yaitu kualitas produk yang datang setiap tahunnya tidak sesuai dengan permintaan. Selain itu CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin juga harus selalu melakukan promosi kepada konsumen melalui salesman perusahaan agar para

konsumen nantinya lebih mengenal produk yang dijual perusahaan.

Adapun upaya lainnya yang dapat dilakukan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin yaitu dalam mendistribusikan *sparepart* dapat menggunakan distribusi secara langsung. Teknik distribusi ini dilakukan supaya produk *sparepart* yang dikirim cepat sampai ke tangan konsumen. Sehingga kebutuhan konsumen akan *sparepart* cepat terpenuhi. Perusahaan harus memakai sistem distribusi yang tepat karena daerah yang akan dituju tidak hanya di Banjarmasin saja, tetapi sampai keluar ke daerah sehingga proses distribusi harus dilakukan dengan efektif dan efisien agar tercipta aktifitas produksi perusahaan yang lancar. Distribusi secara langsung merupakan bentuk saluran distribusi yang paling pendek,

sederhana dan tidak menggunakan perantara dikirimkan langsung oleh kurir dari gudang CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin. CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin yang sekarang sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat karena daerah pemasarannya tidak hanya di wilayah Banjarmasin saja melainkan sudah sampai keluar Banjarmasin, sehingga proses distribusi yang baik sangat dibutuhkan. Konsumen menghendaki barang yang dikirim langsung dari CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin cepat sampai di tangannya selain itu barang yang dipesan harus sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, sehingga sangat tepat jika CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin menggunakan saluran distribusi langsung atau tidak menggunakan perantara untuk

mendisribusikan *sparepart* ke daerah-daerah yang cukup jauh dari lingkungan perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, penulis mengambil kesimpulan sekaligus saran-saran yang dapat bermanfaat bagi CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin dalam usahanya meningkatkan produktivitas kerja karyawan maupun perusahaan.

A. Kesimpulan

- 1) CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin yang mengedepankan kualitas produk yaitu ada beberapa indikator yaitu sebagai berikut :
 - 2) Ketahanan yang baik
 - 3) Desain.

- 2) Tingkat penjualan produk pada CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin Pada tahun 2014 sampai 2018 total penjualan yang didapat tidak signifikan. Target penjualan yang ditetapkan pada tahun 2014 sampai 2015 adalah 1.5 Miliar, dan pada tahun 2016 sampai 2018 ada perubahan ketetapan target menjadi 2 Miliar. Pada tahun 2014 penjualan mencapai target sebesar 110%. Pada tahun 2015 penjualan sebesar 95% mengalami penurunan 5% dari target yang ditetapkan. Pada tahun 2016 target penjualan berubah menjadi 2 miliar, dan pendapatan

penjualan sebesar 95%, namun yang tidak tercapai sebesar 5%. Pada tahun 2017 penjualan memiliki peningkatan sebesar 10% menjadi 110% dan pada tahun 2018 penjualan meningkat sebesar 3% menjadi 103%.

3) Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin yaitu sebagai berikut : kualitas produk, harga, promosi, distribusi, *Salesman Skill* atau tenaga penjual.

4) CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan selalu

memperhatikan kualitas produk yang dipasarkan kepada konsumen, karena dari data penjualan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin tahun 2014 sampai 2018 pernah mengalami penurunan yang akibatnya utamanya yaitu kualitas produk yang datang setiap tahunnya tidak sesuai dengan permintaan. Selain itu CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin juga selalu melakukan promosi kepada konsumen melalui salesman perusahaan, hal tersebut dilakukan perusahaan agar para konsumen nantinya lebih mengenal produk yang

dijual perusahaan. Adapun upaya lainnya yang dilakukan CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin yaitu dalam mendistribusikan *sparepart* dapat menggunakan distribusi secara langsung. Teknik distribusi ini dilakukan supaya produk *sparepart* yang dikirim cepat sampai ke tangan konsumen, sehingga kebutuhan konsumen akan *sparepart* cepat terpenuhi.

B. Saran

1. Untuk CV Gajah Utama Partindo Banjarmasin untuk bisa meningkatkan penjualan, diharapkan perusahaan agar lebih memperhatikan kualitas produk dan juga meningkatkan

lagi promosi, karena promosi merupakan suatu aktifitas komunikasi dengan konsumen yang tujuannya supaya konsumen tertarik, dengan cara meyakinkan, merayu dan membujuk bahwa produk dan harga yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan selera mereka yang akhirnya menimbulkan kesediaan dan keinginan mereka untuk membeli. Promosi yang dapat dilakukan yaitu dengan cara menggunakan media spanduk/benner, brosur dan untuk penjualan yang jarak jauh dapat dapat menggunakan alat-alat promosi atau komunikasi yang spesifik agar penjualan suatu

produk dapat dengan mudah dikenal oleh konsumen.

2. Keinginan konsumen

merupakan faktor yang menentukan apakah jadi atau tidaknya konsumen membeli suatu produk, diharapkan kepada perusahaan agar memperhatikan selera konsumen seperti apa serta memperhatikan untuk dikembangkan ke produk yang dihasilkan nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Zulfikar, 2014, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Pembiayaan Yang Berbasis Bagi Hasil, Liberty, Yogyakarta
- Basu Swasta dan Ibnu Sukorjo. 2002. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 1997. Strategi Pemasaran. Edisi kedua. Andy Offset. Yogyakarta.
- , 2001. Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial. Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, implementasi, dan pengendalian. Jakarta: Salemba Empat.
- , 2001. Manajemen Pemasaran Indonesia. Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Lamb, H. 2001. Pemasaran. Salemba Empat. Yogyakarta.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Ratih, Huriyati, "Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen". Bandung : Alfabeta, 2005
- Rusydi Abubakar. 2005. Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jamu Di Banda Aceh. Jurnal Sistem Teknik Industri Vol. 6 No. 3.
- Winardi, J. (2), 2005, Manajemen Perubahan (The Management of Change), Cetakan Ke-1, Jakarta, Prenada Media.