

Peran *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Handphone Toko Atlantis Jempong Baru Mataram¹Leony Dwi Putri Handayani ²Yusi Faizathul Octavia ³Surahman Hidayat^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM¹dwip0977@gmail.com, ²yusifaizathul@stieamm.ac.id, ³surahman.hidayat@gmail.com**Abstract**

Atlantis mobile phone store is the cheapest and most complete mobile phone store in the city of Mataram, which has been established since 2017 and has branches in various places. Atlantis is a mobile phone store that is quite famous in Mataram City so that many people and students shop. This study aims to find out the role of marketing mix in increasing sales in the cellphone business of Atlantis Jempong Baru Mataram and to find out the effectiveness of marketing mix on cellphone sales of Atlantis Jempong Baru Mataram store. The method used is a qualitative approach with data collection techniques using interviews, observations and documentation. The results of the study show that the role of the marketing mix carried out by the Atlantis mobile phone store consists of the main products are cellphones and mobile phone accessories for prince depending on the choice of type of goods, for the store place is very strategic because it is in the middle of the city, store promotion uses a full strategy by using promotional tools consisting of sules promotion activities, holding displays, installing outdoor adverting and using two types of promotion, namely personal Alternate and Mass Alternate. Meanwhile, in the effectiveness of the marketing mix, the most important role in increasing sales is promotion.

Keywords: Role, Marketing Mix, Sales Volume**Abstrak**

Toko handphone Atlantis merupakan toko handphone termurah dan terlengkap sekota Mataram, yang telah berdiri dari tahun 2017 dan telah memiliki cabang diberbagai tempat. Atlantis merupakan toko handphone yang cukup terkenal di Kota Mataram sehingga banyak masyarakat dan mahasiswa yang berbelanja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *marketing mix* dalam meningkatkan penjualan pada usaha handphone toko Atlantis Jempong Baru Mataram dan untuk mengetahui *efektivitas marketing mix* terhadap penjualan handphone toko Atlantis Jempong Baru Mataram. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *marketing mix* yang dilakukan oleh toko handphone Atlantis terdiri dari *product* utamanya adalah handphone dan aksesoris handphone untuk *prince* tergantung dengan pilihan jenis barang, untuk *place* toko sangat strategis karena berada di tengah kota, *promotion* toko menggunakan full strategi dengan menggunakan alat promosi terdiri dari kegiatan *sules promotion*, mengadakan *display*, memasang *outdoor adverting* serta menggunakan dua jenis promosi yakni *personal seling* dan *mass seling* sedangkan dalam *efektivitas marketing mix* yang paling berperan untuk meningkatkan penjualan yakni promosi.

Kata Kunci : Peran, Marketing Mix, Volume Penjualan**PENDAHULUAN**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dan diharapkan usahanya dapat terus berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam mencapai tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha dan ketekunan dalam pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. (Nizar Hamdi, 2023 :17).

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. (Sulistya, 2019: 53).

Marketing mix sangat diperlukan dalam sebuah perusahaan karena membantu dalam strategi penjualan atau promosi serta penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan untuk pasar yang dituju. Konsep bauran pemasaran secara umum yang dikenal dengan istilah 4P diantaranya yakni, *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi). (Tjiptono, 2021: 10).

Salah satu usaha yang melaksanakan *marketing mix* adalah usaha penjualan handphone ditoko Atlantis, toko Atlantis merupakan salah satu toko handphone yang berada di Kota Mataram yang berdiri sejak awal tahun 2017. Toko Atlantis berlokasi disebelah kiri jalan Bunderan Jempong Kota Mataram. Toko Atlantis menjual berbagai jenis handphone seperti Vivo, Realme, Oppo, Iphone, Samsung, Infinix, Redmi, Nokia, Advan dan aksesoris handphone seperti *charger*, kabel USB, *Headset*, *Earphone*, *Flasdick*. Harga yang ditawarkan handphone mulai 800.000rb sedangkan untuk aksesorisnya mulai dari 10.000rb.

Pada awalnya toko handphone ini tidak langsung berkembang seperti sekarang, banyak hal duka yang dialami pemilik toko salah satunya pencurian. Awal tahun 2019 menjadi awal berkembangnya usaha handphone toko Atlantis karena giat melakukan promosi sehingga makin banyak orang tahu. Hal ini terlihat dari tabel data penjualan selama 2019-2023 di bawah ini.

Tabel 1
 Data Penjualan Handphone di Toko Atlantis

Tahun	Data Penjualan	Persentase
2019	400,400,000,00	40,4%
2020	450,510,000,00	45,51%
2021	500,760,000,00	50,76%
2022	501,190,000,00	51,19%
2023	680,290,000,00	68,29%
Jumlah	2,533,150,000,00	80,46%

Sumber: Toko Atlantis (2024)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati dan benda benda yang diamati sampai detailnya (Suharsimi, 2019:27).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko handphone Atlantis merupakan usaha milik Tommy Sugiarto yang menjual berbagai jenis handphone mulai dari handhpone yang baru hingga bekas dan segala jenis aksesoris handphone. Berlokasi di Jalan Gajah Mada No. 168, Jempong Baru, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Memiliki toko cabang yang kedua berlokasi di Midang, Gunung Sari, Lombok Barat dan Panjtilar. Memiliki karyawan sebanyak 37 orang. Visi toko handphone Atlantis adalah menjadi toko handphone yang terlengkap, dahsyat serta terpercaya dan misi toko handphone Atlantis ialah selalu mengedepankan keunggulan-keunggulan pada handphone, memberikan produk handphone yang berkualitas tinggi serta selalu meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

Pada tahun 2019 menjadi awal dari berkembangnya usaha handphone ini dan menjual berbagai macam produk handphone dari yang baru hingga yang bekas. Setelah usaha toko Atlantis ini semakin berkembang dan dikenal oleh masyarakat. Tidak hanya itu, luas wilayah penjualannya melebihi target awal penjualan yaitu mulanya hanya di sekitar Kota Mataram tetapi sekarang sudah ke beberapa kecamatan di Lombok Barat, Lombok Tengah maupun Lombok Timur.

Gambar 1
Foto Awal Berdirinya Atlantis Jempong Tahun 2017



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Analisis Data

Hasil penelitian ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data wawancara dengan tujuan mendapat hasil yang alamiah. Struktur wawancara yang digunakan adalah wawancara dengan format protokol wawancara berbentuk terbuka, dimana peneliti menanyakan kepada informan hal-hal yang telah disiapkan sebelumnya, akan tetapi jawaban dari informan dapat bersifat terbuka. Dari rangkaian tersebut maka peneliti dapat menganalisis “Peran *Marketing Mix* Terhadap Toko Handphone Atlantis Jempong Baru Mataram”.

PEMBAHASAN**Penerapan *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Handphone Toko Atlantis Jempong Baru Mataram**

Berdasarkan hasil wawancara secara mendalam dengan informan dan melakukan observasi langsung, Peneliti dapat mengetahui apakah *marketing mix* sangat berpengaruh untuk meningkatkan penjualan. Wawancara pertama dilakukan kepada informan 1 yakni Bapak Tommy Sugiarto selaku *owner* usaha toko handphone Atlantis. Wawancara dilakukan di tempat usaha toko handphone Atlantis pada siang hari. Peneliti melihat keadaan tempat usaha bersih dan rapi terdapat pajangan handphone dan aksesoris yang tersusun rapi. Wawancara dimulai dengan memperkenalkan diri antara peneliti dengan pemilik usaha dan menjelaskan mengenai tujuan wawancara.

Setelah perkenalan dan penyampaian tujuan, peneliti memulai wawancara untuk mendapatkan informasi lebih detail mengenai peran *marketing mix* Dalam Meningkatkan Penjualan Handphone Pada Usaha Handphone Atlantis Jempong Baru Mataram. Beberapa diantaranya adalah yang disampaikan oleh pemilik usaha toko handphone yakni Sejarah awal berdirinya dan juga mengenai modal. Pemilik usaha Bapak Tommy menyatakan bahwa:

“Saya mulai dari Sejarah berdirinya dulu ya mba, toko handphone saya berdiri pada awal tahun 2017 yang pastinya awal bedirinya tidak instan, tidak sebesar ini. Saya merintis dari bawah sekali mba dengan modal awal sebesar Rp.30.000.000 (tiga puluh juta rupiah) uang tersebut merupakan hasil penyesihan Tabungan saya mba. Dengan modal itulah usaha bisnis *handphone* saya ini terus berjalan hingga sekarang. Sekitar hampir setahun usaha yang saya rintis belum terlalu banyak konsumen bahkan sempat mengalami kerugian Namun, hal tersebut tidak menyurutkan semangat saya untuk terus maju. Pada tahun 2019 menjadi awal dari berkembangnya usaha handphone saya mba. Usaha toko handphone ini sudah mulai dikenal dikalangan masyarakat, toko *handphone* Atlantis terkenal menjadi toko handphone yang terlengkap, dahsyat serta terpercaya dengan kualitas yang sesuai harga” **(Wawancara Bapak Tommy Sugiarto 10 juli 2024)**

Dari hasil wawancara dan observasi yang didapat peneliti dapat menyimpulkan bahwa semangat yang dilengkapi dengan ikhtiar tentunya dengan adanya modal menjadi kunci penting dalam keberhasilan wirausaha. Faktor lainnya yang ditemukan adalah kualitas barang sesuai dengan harga, pelayan yang baik. Tempat nyaman yang tersusun rapi dan pastinya bersih. Hal tersebut diungkapkan oleh Bapak Tomy Sugiarto, beliau menyatakan bahwa: “Toko saya memiliki karyawan sebanyak 37 orang, dimana sudah saya anggap seperti keluarga saya sendiri mba. Jadi kita kerjasama bukan antara atasan dan bawahan tapi sebagai teman mba. Saya ajarkan semua karyawan saya harus kerja dengan cepat dan juga ramah kepada calon pelanggan. Jadi apabila ada yang baru datang langsung dilayani dengan cepat. Disini dengan membawa dana satu juta lebih dikit sudah bisa mendapatkan handphone dengan kualitas yang lumayan bagus mba. Toko saya juga sering memberikan promo menarik bahkan ngasih handphone percuma (Giveaway)” **(Wawancara Bapak Tommy Sugiarto 10 juli 2024)**

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan wawancara dengan karyawan toko handphone Atlantis yang menyatakan bahwa: “Saya kagum sama bapak pemilik toko ini, dia tidak pernah membeda-bedakan karyawan beliau baik kesemua karyawan, Bapaknya selalu ingetin ke saya mba untuk selalu sopan sama pelanggan yang sudah lama atau pelanggan baru. Dan terkait penjualan, Alhamdulillah mba, semenjak kita tekun melakukan promosi penjualan mengalami peningkatan, dan memang secara lokasi toko ini bisa di bilang sangat strategis sehingga masyarakat sangat mudah mengakses toko kita, ya mungkin banyak toko lain yang jual handphone tapi alhamdulillah para konsumen belanja ke kita” **(Wawancara Ahmad Yusro 10 Juli 2024)**

Gambar 2
Wawancara dengan Karyawan Toko



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Pelayanan yang baik dari usaha toko handphone Atlantis juga disampaikan oleh wawancara dengan pelanggan 1 yang ditemukan di lapangan mengungkapkan bahwa: “Saya tertarik beli handphone disini karena barang-barangnya bagus dan harganya murah. Saya cuman bawa uang 1.500.000 sudah mendapatkan handphone dengan merek Samsung A03s karena disini ada promo saya lihatnya di akun ig Atlantis jadi saya buru-buru kesini supaya mendapatk handphone yang bagus dengan harga promo. Merek hp yang saya beli harga awalnya 1.780.000 tapi dapat promo. Sebagai seorang anak yang masih minta dengan orang tua, harga begitu sudah termaksud kedalam kategori murah mba. pelayanannya di toko ini juga ramah dan cepat, itu aja sih mba alasanya kenapa saya belanja disini. Lokasi toko ini juga sangat mudah ditemukan mba, bisa dibilang lokasinya sangat strategis karena berada dipusat kota” **(Wawancara Enyka Putri 10 Juli 2024)**

Informan pelanggan ke 2 juga menyampaikan hal yang sama. Berikut pernyataan pelanggan ke 2: “Pelayanan ditoko ini sangat gercep kita baru buka pintu masuk sudah disambut dengan karyawan. Jadi kita ga perlu cari produk yang kita mau, tinggal bilang ke karywannya nanti karywannya yang bawa kita ke tempat produk yang kita inginkan, harga barang disini juga bagus mba. Toko Atlantis juga sudah terkenal saya sendiri dari Sekotong Lombok Barat nyari handphone kesini. Saya kenal Atlantis dari Sosmed instagramnya” **(Wawancara Kurratul Aini 10 Juli 2024)**

Gambar 3
Wawancara dengan 2 Konsumen Toko Handphone



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Perihal penetapan harga yang murah, pelayan yang baik, promosi yang terus menerus dilakukan secara konsisten di akun sosmed terlebih di akun instagram menjadi faktor keberhasilan toko handphone Atlantis bahwa memang jelas dan tegas dari pemaparan informan yang artinya pemilik mempunyai kemampuan usaha yang baik dalam mengelola usahanya.

Faktor ketiga adalah pemilihan lokasi. Seperti yang diungkapkan oleh pemilik usaha bahwa: “Menurut saya disini lokasinya bagus karna dekat dengan jalan raya, jalanannya ramai dan berada dipusat kota Mataram Bagian Jempong (**Wawancara Kurratul Aini 10 Juli 2024**).

Gambar 4

Lokasi toko handphone Atlantis



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Berikut beberapa strategi bauran pemasaran 4P, yang di gunakan oleh toko handphone Atlantis dalam memasarkan produknya.

1. *Product* (Produk)

Pelaksanaan bauran pemasaran melalui produk yang digunakan oleh toko handphone Atlantis dalam memasarkan produknya yaitu dengan cara yang pertama mempertahankan kualitas, yang kedua produk di buat dengan berbagai merek yang berbeda. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar para konsumen dapat memilih produk dengan banyak pilihan sesuai dengan keinginan mereka. Demikian merek produk yang ada ditoko handphone Atlantis dari kualitas terbaik hingga terendah seperti Vivo, Realme, Oppo, Iphone, Samsung, Infinix, Redmi, Nokia, Advan dan aksesoris hanphone seperti *charger*, kabel USB, *Headset*, *Earphone*, *Flashdisk*.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan wawancara dengan pemilik toko handphone Atlantis yang menyatakan bahwa: “Setiap konsumen yang berbelanja disini kami memberikan garansi 1 tahun terhadap produk yang dibeli, kenapa disini saya berani memberikan garansi karena barang yang saya jual itu memiliki kualitas yang baik sehingga sulit mengalami kerusakan. Selagi barang yang di beli tidak kemasukan air atau jatuh kami siap memberikan garansi atau tukar dengan handphone baru” (**Wawancara Bapak Tommy Sugiarto 10 juli 2024**)

Gambar 5

Produk yang dijual oleh toko Handphone Atlantis



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

2. Price (Harga)

Harga merupakan salah strategi yang sangat dominan untuk menentukan laku atau tidaknya suatu produk di pasaran. Setiap konsumen pasti akan melirik produk yang memiliki harga miring dengan kualitas sama untuk menentukan pilihannya, tingkat penghasilan penduduk juga sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan demikian toko handphone Atlantis menggunakan strategi harga agar produknya tetap dilirik oleh konsumen. Salah satu strategi harga yang yang di gunakan oleh toko handphone Atlantis yaitu mahalnya harga sesuai dengan kualitas barang, jika kualitas barang rendah maka harga juga rendah, tetapi jika kualitas baik atau bagus maka harganyapun tinggi. Toko

handphone Atlantis yakin bila strategi harga tersebut dapat menarik konsumen, karena dengan begitu konsumen dapat dengan leluasa memilih dan memilah harga yang sesuai dengan kondisi kantongnya.

Hal ini sejalan dengan pernyataan informan pelanggan yang menyatakan bahwa: “Handphone yang di jual ditoko ini terbilang sangat murah dan sesuai kualitas jadi disini kita bisa memilih jenis handphone yang sesuai dengan kantong masing-masing” (Wawancara Enyka Putri 10 Juli 2024)

3. *Place* (Tempat)

Tempat yang strategis merupakan salah satu andalan bagi para pebisnis dalam melihat peluang pemasaran produknya. Karena dengan tempat yang strategis konsumen akan lebih mudah menjangkau dan menemukan suatu produk, untuk itu bauran pemasaran *place* juga digunakan oleh toko handphone Atlantis dalam memasarkan produknya. Pelaksanaan bauran pemasaran melalui tempat (*place*) toko handphone Atlantis dengan cara di tempatkan di tempat strategis di tengah-tengah masyarakat sekitar jalan raya jempong kota Mataram. Menurutny cara ini cukup ampuh untuk menarik konsumen, dan cukup mudah bagi konsumen untuk menemukannya.

Dalam hal pendistribusian toko handphone Atlantis menjual produknya tidak hanya di daerah sekitar jempong melainkan memiliki cabang lain di berbagai daerah salah satunya berada di gunung sari kabupaten Lombok Barat dan Panjitar. Penyaluran distribusi dilakukan dengan sangat lancarnya di setiap harinya dan selama ini belum pernah ada kendala pengiriman yang terjadi.

Hal ini sejalan dengan pernyataan informan pelanggan yang menyatakan bahwa: “Lokasi yang sangat strategis dan mudah ditemukan serta memiliki parkir yang luas dan aman” (Wawancara Enyka Putri 10 Juli 2024)

4. *Promotion*

Promosi merupakan bauran pemasaran yang juga terdapat dalam 4P dan biasanya juga di gunakan perusahaan untuk memasarkan produknya. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh toko handphone Atlantis, yaitu aktif dalam sosial media seperti instagram dengan bekerjasama selebgram sehingga jangkauan pelanggan semakin luas, selain itu juga melakukan promosi dengan personal selling, hal ini dapat dilihat pada karyawan toko yang memberikan penjelasan dan penyampaian yang jelas mengenai produk handphone kepada setiap pelanggan dengan komunikasi yang sopan dan ramah. Hal ini sejalan dengan

pernyataan informan karyawan yang menyatakan bahwa: “Promosi yang kami lakukan tiap hari, dan promo menarik yang diberikan itu adalah salah satu yang menarik banyak pelanggan untuk datang berbelanja disini ” (Wawancara Ahmad Yusro10 Juli 2024)

Tabel 2

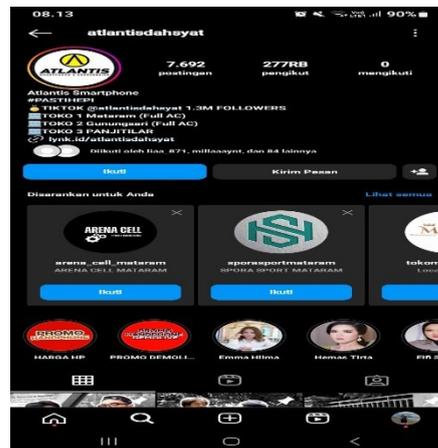
Daftar Harga Handphone Promo

No	Merek Handphone/ Type Handphone	Harga Normal (RP)	Harga Promo (RP)
1	REDMI 8A PRO 3/32	1699	1649
2	RENOT 9-6/128	2799	2599
3	SAMSUNG A50S – 6/128	2999	2799
4	SAMSUNG M31 – 6/128	3799	3499
5	SAMSUNG S20+ - 8/128	12499	10599
6	VIVO X50 PRO – 8/256	9999	8999
7	REALMI 7 – 8/128	3999	3699
8	IPHONE 11 PRO – 256	20999	19499
9	OPPO A92 -6/128	3599	3399
10	INFINIX HOT 9- 4/128	2049	1849

Sumber: Toko Atlantis (2024)

Gambar 6

Akun Instagram Atlantis



Sumber: Instagram 2024

Efektivitas Peran *Marketing Mix* Pada Toko Handphone Atlantis

Berdasarkan paparan data pada bab sebelumnya, bahwa penerapan *marketing mix* yang dilakukan pihak Toko Handphone Atlantis sudah cukup efektif. Hal ini dapat dilihat dari produktivitas perusahaan Selama kurang lebih 3 tahun sejak berdirinya Toko Handphone Atlantis sudah mendapatkan banyak penghargaan.

Gambar 7
Salah satu *Awards* Penghargaan



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Hal ini menandakan, bahwa penerapan marketing mix yang diterapkan oleh toko handphone Atlantis mampu bersaing dengan toko-toko handphone yang ada serta selalu melakukan inovasi-inovasi demi terus meningkatkan daya saing terutama dalam penyediaan produk yang terbaru dan terlengkap dan strategi pengenalan produk mulai dari cara yang sederhana hingga dengan cara yang sudah modern (melalui internet).

SIMPULAN

Penerapan marketing *mix* toko handphone Atlantis, sebagai berikut: Produk, toko handphone Atlantis menawarkan segala jenis handphone dari segala jenis merk dari mulai yang baru hingga bekas sebagai produk utamanya. Harga yang diterapkan sesuai dengan yang beredar dipasaran sehingga harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal. Lokasi / saluran distribusi yang diterapkan oleh toko handphone Atlantis sangat strategis dan berada di pusat kota sehingga mudah diakses oleh pembeli. Promosi yang dilakukan melalui iklan, media sosial, brosur online.

Efektivitas penerapan *marketing mix* dapat dilihat dari produktivitas perusahaan Penerapan strategi pemasaran *marketing mix* dipandang cukup efektif dalam menarik minat pelanggan atau konsumen untuk berbelanja segala kebutuhan dan aksesoris handphone.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga (2015) "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha" *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 9(2), hal. 43. doi: 10.25273/equilibrium.v9i2.10014.
- Arjudani (2019) "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Marketing Mix" *BEMJ: Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 2(1), hal. 21–26. doi:

10.36563/bemj.v2i1.787.

- Assauri (2017) “ Menejemen pemasaran dasar, konsep dan strategi” Jakarta PT Raja Grafindo Persada. hal.9.
- Basuki Swasta (2020) “ Menejemen pemasaran moderen ” Yogyakarta : Liberty Offset, hal.42.
- Dita A (2015) “ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah". Jurnal Manajerial, hal. 27.
- Farida (2016) “ Perinsip- prinsip pemasaran jilid 12 ".Jakarta Erlangga, hal. 71.
- Gebril Sang Rahmadanis (2021) “Implementasi marketing mix dalam meningkatkan penjualan (studi komparasi konter tindy cell dan konter star cell diTulung Agung). Skripsi.
- Gitosoedarmo (2022) “Pengantar Bisnis ". Yogyakarta, BPEE, hal. 34.
- Ginting, N. F. (2021). "Manajemen Pemasaran". Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, hal.18.
- Hendri (2021). " Dasar dan Strategi" Bandung Alfabet, hal.67.
- Kasmir (2015). " Studi kelayakan bisnis" Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.hal.11.
- Kotler Philip, Gary Armstrong (2020). "Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa". Bandung: Alfabeta. hal.33.
- Lexy J Moleong (2019) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mei Selvia Zabua (2022) “Analisis Penerapan Strategi Marketing Mix dalam meningkatkan volume penjualan pada toko pasar HP kota Gunungsitoli”. Skripsi.
- Nizar Hamdi (2023). "Metode penelitian" Celaban Timur: Pustaka Pelajar. hal.17.
- Nurdin F. R. (2016). " Analisis strategi penjualan dan pemasaran" Jakarta: Bumi Aksara. hal.32.
- Putro Delvi Yanti (2018). "Analisis Penerapan Marketing Mix untuk meningkatkan Penjualan Souvenir Aceh". Skripsi.
- Rahmani (2022). "Pengaruh bauran marketing mix terhadap keputusan pembelian smarphone oppo ditoko Atlantis Kota Mataram" Skripsi.
- Sandala, F. D., Tumbel, A. L. dan Tampenawas, J. L. A. (2021) “Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), hal. 878–886.
- Setiawan dan Mulyadi (2021). " Perencanaan dan pengendalian menejemen" . Jakarta: PT Salemba Emban Patria.hal.11.
- Suharsimi (2019)" Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik " Jakarta: PT Rineka Cipta.hal.27.
- Sulistya (2019) " Metode penelitian kualitatif" Bandung: Alfabeta. hal.53.
- Sugiono (2018) "Kewirausahaan metode menejmen dan implementasi" Jakarta: BumiAksara.
- Sunarto (2015) " Menejemen pemasaran" Jakarta: PT Rineka Cipta. hal. 14.