



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 1099-1104

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Strategi Penetapan Harga Dalam Pemberian Diskon Pada Peningkatan Minat Beli atau Loyalitas Pelanggan

M. Farhan Ramadhani
Universitas Zainal Hasan Genggong
ramad4749@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penetapan harga melalui pemberian diskon pada Toko Sembako Jaya dan dampaknya terhadap peningkatan minat beli serta loyalitas pelanggan. Dalam upaya bersaing di pasar yang semakin kompetitif, pemberian diskon dianggap sebagai salah satu strategi yang efektif untuk menarik pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberian diskon yang jelas dan terstruktur dapat meningkatkan minat beli pelanggan dan mendukung loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Selain itu, transparansi harga, kualitas produk, dan layanan pengantaran yang baik juga menjadi faktor penting dalam menarik konsumen. Berdasarkan hasil analisis, disarankan agar Toko Sembako Jaya memperjelas informasi harga dan promosi, memanfaatkan media sosial untuk pemasaran, serta meningkatkan kualitas layanan agar dapat tetap bersaing dan mempertahankan pelanggan setia.

Kata kunci: Strategi Penetapan Harga, Diskon, Minat Beli, Loyalitas Pelanggan, Pemasaran

1. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini telah membawa perubahan signifikan terhadap pola hidup konsumen. Perubahan ini terjadi sebagai akibat dari tuntutan zaman yang semakin maju dan berkembang. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan pengetahuan, setiap konsumen dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut, yang berdampak langsung pada kebutuhan hidup mereka. Dengan berbagai macam kebutuhan hidup, konsumen kini menjadi lebih teliti dalam memilih cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pemenuhan kebutuhan hidup, terutama yang bersifat primer seperti papan, pangan, dan sandang, menjadi hal yang tidak bisa diabaikan. Keberagaman kebutuhan hidup ini mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

Untuk unggul dalam persaingan, perusahaan perlu memahami kondisi pasar dan konsumennya. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan menerapkan strategi promosi. Promosi adalah suatu program yang terstruktur dan terkoordinasi, menggunakan berbagai metode komunikasi dan materi yang dirancang untuk memperkenalkan perusahaan beserta produk-produknya kepada calon konsumen. Peningkatan minat beli dan loyalitas pelanggan merupakan dua faktor kunci yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis, termasuk pada sektor perdagangan ritel seperti toko sembako.

Salah satu upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan, banyak toko sembako yang menggunakan strategi penetapan harga sebagai salah satu instrumen utama. Salah satu teknik penetapan harga yang sering diterapkan adalah pemberian diskon, yang dapat merangsang minat beli pelanggan dan sekaligus memperkuat loyalitas mereka terhadap toko. Pemberian diskon sebagai teknik penetapan harga sering digunakan oleh banyak toko sembako untuk mendorong minat beli dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Diskon tidak hanya memberikan keuntungan bagi pelanggan, tetapi juga membantu toko dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru.

Maka dari itu, penting bagi toko sembako untuk memahami bagaimana strategi diskon dapat digunakan secara efektif untuk meraih tujuan penjualan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam persaingan bisnis sembako, penetapan harga jual yang tepat menjadi kunci keberhasilan. Toko Sembako Jaya, yang dikenal dengan strategi harga murah, menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara

harga jual, biaya operasional, dan perolehan laba. Dalam proses pemasaran yang telah dilakukan, toko sembako jaya, memiliki cara yang berbeda dengan toko yang lainnya. Dalam hal ini bauran pemasaran sangat penting dalam perkembangan toko tersebut.

Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu yang merupakan sasaran pasarnya. Bauran pemasaran (marketing mix) kumpulan dari peralatan-peralatan tactical marketing yang dapat dikontrol, di mana komponennya meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

Minat beli konsumen terhadap produk sembako dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk harga, kualitas produk, dan pelayanan. Selain itu, faktor sosial dan budaya juga berperan penting dalam keputusan pembelian, di mana konsumen cenderung memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Dalam hasil wawancara pada pemilik toko mengenai pengambilan keuntungan dalam produk yang dijual, pemilik toko telah menjalin kerjasama dengan beberapa agen produk seperti PT. Wings dan lain-lain. Pada kesempatan tersebut pemilik toko memiliki peluang dalam memanfaatkan harga jual yang diberikan oleh PT. Wings untuk menentukan diskon pada produk yang akan dijualnya. Pemilik toko mengatakan bahwa semakin banyak jumlah barang yang diambil maka akan semakin tinggi diskon yang diberikan oleh PT. kepada pemilik toko. Dengan peluang ini pemilik toko memanfaatkan jumlah diskon untuk memberikan diskon pada produk di tokonya.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, terutama dengan munculnya pesaing yang menawarkan harga lebih murah serta varian produk yang lebih beragam, Toko Sembako Jaya perlu mengembangkan strategi yang tidak hanya berfokus pada harga, tetapi juga pada kualitas layanan dan nilai tambah yang bisa diberikan kepada pelanggan. Salah satu cara untuk mempertahankan usaha adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, seperti memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman, menyediakan layanan pelanggan yang responsif, serta menjaga ketersediaan produk yang dibutuhkan pelanggan secara konsisten. Selain itu, Toko Sembako Jaya dapat memanfaatkan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui program loyalitas atau promosi berbasis diskon yang disesuaikan dengan preferensi dan kebiasaan pembelian mereka.

Meskipun pesaing menawarkan harga yang lebih murah, Toko Sembako Jaya dapat mempertahankan daya tariknya dengan mengedepankan kualitas dan keberagaman produk yang sesuai dengan kebutuhan lokal, serta memastikan bahwa produk yang dijual tetap berkualitas tinggi. Selain itu, Toko Sembako Jaya juga dapat melakukan inovasi produk atau layanan, seperti menyediakan paket hemat atau produk sembako dalam ukuran yang lebih kecil atau lebih terjangkau, yang dapat menarik perhatian konsumen dengan daya beli terbatas. Dengan pendekatan yang berfokus pada penguatan hubungan pelanggan dan peningkatan kualitas layanan, Toko Sembako Jaya dapat menciptakan diferensiasi yang kuat, membangun loyalitas pelanggan, dan tetap bersaing meski dihadapkan pada tantangan persaingan yang ketat.

Setiap bisnis ingin mencapai kesuksesan dan kelangsungan usaha yang baik, dan salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan melakukan analisis SWOT. Untuk Toko Sembako Jaya, kekuatan (Strengths) yang dimiliki adalah reputasi yang baik, kualitas produk yang terjaga, dan hubungan yang kuat dengan pemasok. Namun, kelemahan (Weaknesses) yang ada termasuk keterbatasan dalam promosi dan kapasitas distribusi yang terbatas. Toko Sembako Jaya juga memiliki peluang (Opportunities) untuk memperluas pasar melalui pemasaran digital dan pengembangan layanan antar, mengingat tren belanja online yang berkembang. Di sisi lain, ancaman (Threats) yang harus dihadapi termasuk persaingan harga yang ketat dari pesaing besar dan fluktuasi harga bahan baku. Dengan analisis SWOT, Toko Sembako Jaya dapat merancang strategi yang tepat untuk memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman di pasar.

Dari uraian di atas, penulis tertarik untuk menganalisis lebih dalam mengenai Bagaimana implementasi strategi marketing mix 4P (Produk, Harga, Tempat, dan Promosi) di toko sembako dengan strategi harga murah dan faktor apa dari elemen marketing mix 4P yang paling memengaruhi loyalitas pelanggan. Adapun tujuan penelitian tersebut untuk menganalisis strategi penetapan harga melalui pemberian diskon pada Toko Sembako Jaya dan dampaknya terhadap peningkatan minat beli serta loyalitas pelanggan.

2. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan agar dapat memahami tentang fenomena yang terjadi oleh subjek penelitian seperti perilaku dan tindakan. Penelitian ini bertujuan supaya dapat menjelaskan fenomena dengan teliti melalui pengumpulan data yang teliti.

Data dan informasi yang didapatkan berupa penjelasan bukan berupa angka maka terjadi interaksi pada pengumpulan data. Kemudian, metode kualitatif dan metode deskriptif adalah untuk orang dan subjek itu sendiri, karena prosedur penelitian juga menghasilkan suatu data yang efektif, tulisan, bahasa, serta tingkah yang dapat diamati sehingga pendekatan ini secara langsung menghadirkan setiap individu dalam pengaturan secara keseluruhan.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Toko Dimart. Beralamat RT.04/RW.02, Triwung, Warujinggo, Kec. Leces, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67273

3. Sumber data penelitian

Adapun sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data primer di lokasi atau subjek penelitian. Data utama sumber yang digunakan penulis dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung dengan Toko

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung tetapi diperoleh melalui individu atau pihak lain, misalnya buku-buku, dokumen, laporan, jurnal penelitian dan lainnya yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam sebuah penelitian karena tujuan utama dari sebuah penelitian adalah untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

a. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan dan pencatatan terstruktur pada fenomena yang sedang diselidiki. Observasi dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung, bergantung pada kebutuhan penelitian dan tingkat ketelitian yang diperlukan. Dalam penelitian ini menerapkan observasi partisipan yaitu pengamatan yang dilakukan menggunakan alat indera sekaligus terlibat langsung dalam subyek penelitian.

b. Wawancara

Menurut Bogdan dan Biklen wawancara adalah kegiatan wicara yang lumrahnya dilakukan oleh dua orang atau lebih yang bermaksud untuk memperoleh keterangan. Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik toko Sembako Jaya dan konsumen Sembako Jaya

c. Dokumentasi

Hal utama dari setiap penelitian adalah memperoleh data yang dapat mendukung analisis dan temuan yang akurat. Dokumentasi ini salah satu cara penelitian yang bersifat kualitatif dapat divisualisasikan perspektif subjek melalui materi tertulis atau dokumen lain yang dihasilkan oleh wawancara. Peneliti menggunakan alat elektronik yaitu handphone sebagai alat untuk mendokumentasikan hasil wawancara sebagai upaya untuk menguatkan dan menjelaskan bukti dari penelitian.

5. Teknik analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data induktif, yaitu suatu metode yang digunakan untuk memperoleh pengetahuan dengan memulai dari mengamati masalah-masalah khusus dan kemudian menarik kesimpulan yang umum. penulis membuat pengamatan tentang peristiwa yang terjadi di lapangan yaitu berupa Penetapan Harga Dalam Pemberian Diskon Pada Peningkatan Minat Beli/Loyalitas Pelanggan Di Toko Sembako Jaya

6. Teknik keabsahan data

Keabsahan data dalam penelitian ini, kriteria kepercayaan digunakan. Kepercayaan data bertujuan untuk memverifikasi bahwa informasi yang terkumpul sesuai dengan realitas yang ada dalam konteks penelitian. Untuk memastikan keabsahan data, teknik pemeriksaan kepercayaan berikut digunakan :

a. Perluasan Pegamatan

Perluasan pengamatan adalah peneliti kembali ke lapangan untuk mengamati dan mewawancarai wawancara dengan sumber data yang ditemui. Dari data tersebut kemudian dicek kembali ke lapangan benar atau tidaknya. Setelah diverifikasi di lapangan, jika data yang diperoleh telah terbukti benar, maka pengamatan dapat dihentikan. Dalam meningkatkan kecermatan dalam penelitian ini, peneliti membaca ulang mengenai referensi, buku, dan dokumen-dokumen lain terkait dan mendengarkan ulang rekaman para informan ketika melakukan wawancara dan menuliskannya

b. Triangulasi

Triangulasi merupakan pengecekan dan pengujian kredibilitas data dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber data yang ada menggunakan berbagai metode dan waktu. Dalam penelitian ini, Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber, yang bertujuan untuk menguji kredibilitas data dengan cara memverifikasi data yang di peroleh dari berbagai sumber.

3. Hasil dan Diskusi

1. Analisis Implementasi dan Dampak Strategi Diskon pada Toko Sembako Jaya

Persaingan dalam dunia bisnis, khususnya usaha toko sembako, semakin kompetitif seiring dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha di sektor ini. Toko Sembako Jaya, yang berlokasi di Sumberbulu, menghadapi tantangan serupa dengan banyaknya toko sembako lain di daerah tersebut. Untuk menghadapi persaingan, toko ini menerapkan strategi pemasaran yang berfokus pada pemberian potongan harga atau diskon, dengan tujuan utama meningkatkan volume penjualan serta menjaga stabilitas perputaran uang di usaha mereka.

Diskon atau potongan harga merupakan salah satu strategi pemasaran yang telah lama digunakan di berbagai sektor bisnis. Menurut Philip Kotler (2022), strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen sekaligus mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah lebih besar. Implementasi strategi diskon di Toko Sembako Jaya sejalan dengan teori ini. Pemilik toko menyatakan bahwa pemberian diskon dilakukan dengan memperhatikan kerjasama dengan agen pemasok barang. Diskon dari agen memungkinkan toko untuk menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengurangi keuntungan signifikan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik Toko Sembako Jaya, pelanggan, dan beberapa pihak terkait, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hasil Wawancara dengan Pemilik Toko Sembako Jaya

Pertanyaan: Apa tujuan utama dari penerapan strategi diskon di Toko Sembako Jaya?

Jawaban:

“Tujuan utama kami adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan sekaligus menjaga stabilitas perputaran uang di toko. Dengan memberikan diskon, pelanggan lebih tertarik untuk membeli, khususnya dalam jumlah besar. Selain itu, strategi ini membantu kami menjaga loyalitas pelanggan, karena mereka merasa mendapat nilai lebih dari setiap pembelian.”

Pertanyaan: Bagaimana mekanisme pemberian diskon yang dilakukan di toko ini?

Jawaban:

“Kami bekerja sama dengan beberapa agen besar seperti PT. Wings. Semakin banyak barang yang kami beli dari mereka, semakin besar potongan harga yang kami terima. Potongan ini kami alokasikan ke pelanggan dalam bentuk diskon. Namun, jika agen tidak memberikan diskon kepada kami, maka kami tidak dapat menawarkan diskon kepada pelanggan.”

Pertanyaan: Apa saja tantangan dalam menerapkan strategi ini?

Jawaban:

“Salah satu tantangannya adalah memastikan pelanggan memahami syarat dan ketentuan diskon. Kami sering menerima keluhan tentang informasi harga grosir yang tidak tercantum dengan jelas. Selain itu, kami harus menyeimbangkan antara menarik pelanggan dengan diskon dan menjaga keuntungan usaha.”

Hasil Wawancara dengan Pelanggan Toko Sembako Jaya

Pertanyaan: Apa pendapat Anda tentang kualitas produk di Toko Sembako Jaya?

Jawaban Pelanggan 1:

“Kualitas produk di sini sangat baik. Kemasan produk juga rapi dan aman, terutama untuk barang-barang seperti beras dan minyak goreng.”

Jawaban Pelanggan 2:

“Saya puas dengan produk yang ditawarkan. Barangnya selalu segar, terutama sayuran dan buah-buahan. Selain itu, produk seperti gula dan tepung memiliki kualitas yang konsisten.”

Pertanyaan: Bagaimana pendapat Anda tentang harga produk di toko ini?

Jawaban Pelanggan 3:

“Harganya cukup terjangkau dibandingkan toko lain di daerah ini, terutama jika membeli dalam jumlah besar. Paket grosir yang ditawarkan sangat ekonomis, meskipun saya berharap informasi harga lebih jelas, terutama untuk barang-barang yang tidak ada labelnya.”

Jawaban Pelanggan 4:

“Diskon yang diberikan sangat menarik, terutama di akhir pekan atau saat promosi tertentu. Tapi, saya rasa mereka perlu lebih sering memberikan informasi diskon melalui media sosial atau spanduk di depan toko.”

2. Analisis Implementasi Strategi Diskon

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa strategi diskon di Toko Sembako Jaya memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan pendapatan. Strategi ini berhasil menarik minat pelanggan baru sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan lama. Salah satu kunci keberhasilan strategi ini adalah kerja sama yang erat antara pemilik toko dan agen pemasok. Dengan memanfaatkan diskon besar dari agen, toko mampu menawarkan harga kompetitif kepada pelanggan tanpa mengorbankan keuntungan.

Namun, implementasi strategi ini tidak terlepas dari tantangan. Beberapa pelanggan mengeluhkan kurangnya informasi yang jelas terkait harga grosir dan mekanisme diskon. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan transparansi informasi kepada pelanggan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melalui pemanfaatan media sosial untuk memberikan informasi terbaru tentang promosi dan diskon.

3. Dampak Strategi Diskon terhadap Volume Penjualan dan Pendapatan

Strategi diskon telah terbukti memberikan dampak positif bagi Toko Sembako Jaya, baik dari segi volume penjualan maupun pendapatan. Berdasarkan data yang diberikan oleh pemilik toko, jumlah konsumen yang berbelanja di akhir pekan meningkat hingga 40% saat diskon berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa diskon mampu menjadi daya tarik utama bagi pelanggan. Selain itu, pendapatan toko meningkat hingga 25% selama periode promosi dibandingkan hari-hari biasa.

Menurut teori pemasaran, strategi diskon tidak hanya meningkatkan volume penjualan tetapi juga membantu membangun citra positif di mata konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat pelanggan yang merasa puas dengan kualitas produk dan harga yang ditawarkan. Namun, untuk menjaga keberlanjutan strategi ini, Toko Sembako Jaya perlu melakukan evaluasi rutin terhadap efektivitas promosi, termasuk mendengarkan masukan dari pelanggan.

Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa strategi diskon merupakan alat pemasaran yang efektif dalam meningkatkan daya tarik toko sembako, khususnya Toko Sembako Jaya. Keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada kerja sama dengan agen pemasok, kemampuan toko dalam mengelola keuntungan, serta komunikasi yang jelas kepada pelanggan. Namun, untuk mencapai hasil yang lebih maksimal, toko perlu memperbaiki aspek transparansi informasi harga dan promosi.

4. Kesimpulan

Marketing Mix 4P merupakan strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dalam merintis dan menjalankan bisnisnya. Beberapa unsur pokok dalam marketing mix 4p atau bauran pemasaran berupa harga, tempat, produk, dan promosi. Empat hal tersebut dapat berpengaruh besar dalam mencapai tujuan pemasaran. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh toko sembako jaya dalam meningkatkan pembelian adalah harga dengan pemberian harga diskon terhadap suatu barang yang dijual. Diskon sendiri merupakan penetapan harga dengan mengurangi jumlah harga sebelumnya menjadi jauh lebih murah yang diberikan kepada pembeli saat proses transaksi jual beli barang ataupun jasa. Dengan menetapkan harga diskon terhadap suatu barang di toko sembako jaya, kualitas peningkatan pembeli meningkat, sebab pada umumnya para pembeli yang datang ke toko sembako, biasanya mereka mencari toko-toko sembako yang lebih murah dari pada toko lainnya. Toko

sembako jaya dengan menerapkan sistem strategi pemasaran dengan melakukan diskon terhadap beberapa barang tentu akan menarik peminat pembeli sehingga dampak terhadap peningkatann penjualan sangat signifikan dan tentu hal tersebut juga berdampak terhadap keuntungan dan laba yang akan didapatkan oleh toko sembako jaya.

Referensi

- Abbas, Firdayanti, 'Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda)', E-Journal Administrasi Bisnis, 3.1 (2015), pp. 224–58
- Abdurrahman, Nana Herdiana, 'Manajemen Strategi Pemasaran', Bandung: Pustaka Setia, 2015
- Ahmadi, Rudi Suprianto, Nining Harnani, and Luthfi Setiadiwibawa, 'Peningkatan Volume Penjualan Pada Umkm Industri Kreatif Makanan, Minuman Melalui E-Commerce Di Kota Bandung', Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora, 22.2 (2020), pp. 172–80
- Alghifari, Aruf Yusuf, and Tri Septin Muji Rahayu, 'Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto', Derivatif: Jurnal Manajemen, 15.2 (2021), pp. 223–36
- Angipora, and Marius P., Dasar-Dasar Pemasaran (Edisi Revisi) (Raja Grafindo Persada, 2002)
- Anjanyari, Riski Putri, and Intan Rike Febriyanti, 'Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi)', Jurnal Multidisiplin Madani, 2.9 (2022), pp. 3610–17
- Assauri, Sofjan, 'Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT', RajaGrafindo Persada, 2014
- Desiana, Arnes, 'Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tas Sophie Martin Di Be Yulis Mawaddaty Pare', Jurnal: Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2015
- Hulu, Budieli, Yohanes Dakhi, and Erasma F Zalogo, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya', Pareto: Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, 6.2 (2021), pp. 16–25
- Jannah, Roudatul, 'Pengaruh Pelayanan, Lokasi Toko, Dan Harga Produk Yang Kompetitif Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mini Market El-Jhon 2 Pagar Dewa Kota Bengkulu' (IAIN Bengkulu, 2017)
- Kartajaya, Hermawan, 'MarkPlus Basics', Jakarta: Erlangga, 2009
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong, 'Principles of Marketing: It's Good and Good For You' (Pearson Prentice Hall: USA, 2011)
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, Terjemahan Oleh Benyamin Molan, Jakarta: Penerbit PT Indeks', 2010
- Lestari, Nurlaela Eva Puji, 'Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas BSI Serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty', Simnasiptek 2017, 1.1 (2017), pp. 61–66
- Maziriri, E T, and E Chinomona, 'Modeling the Influence of Relationship Marketing, Green Marketing and Innovative Marketing on the Business Performance of Small, Medium and Micro Enterprises (SMMES)', Journal of Economics and Behavioral Studies, 8.3 (J) (2016), pp. 127–39
- Murya, Titik Pakisha, and Astri Wulandari, 'Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kandang Bandung', Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi Dan Humaniora, 6.1 (2016), pp. 229–36
- Nurita, Aulia Rizki, and Rena Feri Wijayanti, 'Pengaruh Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee', Jurnal Aplikasi Bisnis, 7.2 (2021), pp. 165–68
- Rachmawati, Rina, 'Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)', Jurnal Kompetensi Teknik, 2.2 (2011)
- Rusni, Andi, and Ahmad Solihin, 'Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline "Gratis Ongkir" Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee', Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 7.2 (2022), pp. 167–79
- Santi, Ni Wayan Ari, Iyus Akhmad Haris, and I Nyoman Sujana, 'Pengaruh Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Ud. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-2017', Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 11.1 (2019), pp. 116–28
- Ummah, Mirzatul, Rois Arifin, and Muhammad Khoirul Anwarodin Brotosuharto, 'Pengaruh Digital Marketing Dan Desain Produk Terhadap Volume Penjualan Industri Hasil Rumahan (Studi Pada Pelaku Industri Tas Di Tanggulangin Sidoarjo)', E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 12.01 (2022)
- Vildayanti, Rina Ayu, 'Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019', JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 3.2 (2020), pp. 247–72
- Widodo, Muhammad Wahyu Budi Santoso Joko, Mukhamad Zulianto, and Joko Widodo, 'Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember)', Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU), 2.1 (2022), pp. 24–29
