



Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai

Hildawati¹, Nurmalasari², Maulida Aulia³

^{1,2,3}STIA LANCANG KUNING DUMAI

Email: hildrias81@gmail.com¹, nurmalasari@stia-lk-dumai.ac.id²,
sriamah823@gmail.com³

Abstrak

Masih kurang pencapaian target penjualan produk pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dan masih kurang tersedianya stok sepeda motor type tertentu sehingga permintaan konsumen tidak terpenuhi pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai. Adapun tujuan penelitian deskriptif ini yaitu untuk mengetahui faktor–faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dan untuk mengetahui faktor–faktor yang menjadi penghambat penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut Basu Swastha & Irawan (2008:406) dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor–faktor tersebut adalah Kondisi dan kemampuan penjual, Kondisi Pasar, Modal, Kondisi organisasi perusahaan dan Faktor lain. Adapun populasi dan sampel dalam penelitian ini terdiri dari seluruh karyawan dan konsumen. Teknik pengambilan sampel karyawan dengan menggunakan metode *sampling jenuh*, sedangkan konsumen metode *sampling incidental*. Jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara dan kuesioner. Teknik analisa data yaitu *statistik deskriptif* dan teknik pengukuran menggunakan *rating scale*. Hasil penelitian dari 81 responden menunjukkan faktor–faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai berada dikategori baik, dengan total skor 2601 dan persentase 71,36%. Adapun yang menjadi faktor penghambat pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai yaitu kurangnya kondisi pasar dan kurangnya modal.

Kata Kunci: Faktor, Penjualan, Sepeda Motor, Yamaha, CV. Prima Yamaha Nusantara.

Abstract

Still not achieving product sales targets on CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai and there is still a lack of stock of certain types of motorcycles so that consumer demand is not met at CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai. The purpose of this descriptive research is to find out the factors that influence sales of Yamaha brand motorcycles at CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai and to find out the factors that hinder the sale of Yamaha brand motorcycles at CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai. The theory used in this research is according to Basu Swastha & Irawan (2008:406) in practice, sales activities are influenced by several factors. These factors are the condition and ability of the seller, market conditions, capital, company organizational conditions and other factors. The population and sample in this study consisted of all employees and consumers. The employee sampling technique uses the saturated sampling method, while the consumer sampling method is incidental. The types of data sources are primary data and secondary data, while the data collection techniques used are interviews and questionnaires. Data analysis techniques are descriptive statistics and measurement techniques using a rating scale. The results of the study of 81 respondents showed the factors that influence the sale of Yamaha brand motorcycles on CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai is in the good category, with a total score of 2601 and a percentage of 71.36%. As for the inhibiting factor on the CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai namely lack of market conditions and lack of capital.

Keywords: Factor, Sales, Motorcycle, Yamaha, CV. Prima Yamaha Nusantara.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, perkembangan Industri berjalan dengan sangat pesat khususnya dibidang transportasi. Dengan meningkatnya populasi penduduk di Indonesia, menjadikan Perusahaan-Perusahaan bersaing dalam memberikan produk yang dinilai dapat memberikan manfaat bagi penduduk Indonesia. Banyak

Perusahaan yang bergerak dibidang transportasi salah satunya sepeda motor, alat transportasi ini banyak digemari oleh masyarakat karena dapat memberikan kemudahan dalam melakukan aktivitas sehari-hari dan dianggap lebih praktis. Dalam kehidupannya seseorang akan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, mengingat makin berkembangnya daerah pemukiman yang jauh dari pusat kota maka semakin dibutuhkan sarana transportasi pribadi yang dinilai cukup efektif dan efisien, saat ini kebutuhan transportasi pribadi jenis roda dua khususnya sepeda motor sudah menjadi kebutuhan masyarakat umum. Dari tahun ketahun, jumlah pengendara sepeda motor selalu mengalami peningkatan.

Saat ini banyak sekali bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai fitur, desain, memberikan layanan purna jual dan kualitas yang bagus serta harga yang cukup bersaing. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang otomotif hal ini merupakan suatu peluang untuk menguasai pangsa pasar. Kota Dumai merupakan salah satu kota yang memiliki penduduk dengan jumlah penduduk pada tahun 2019 mencapai 308.812 jiwa, dengan begitu semakin bertambah pula kebutuhan masyarakat Kota Dumai akan penggunaan sepeda motor dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Dewasa ini, perusahaan berlomba-lomba dalam menawarkan produknya. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan diharapkan dapat berinovasi sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar konsumen merasa puas menggunakannya baik itu dari segi harga maupun kualitasnya.

Perusahaan dituntut untuk gencar-gencarnya meningkatkan volume penjualan agar perusahaan memperoleh keuntungan yang maksimal serta menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Hal demikian tentu menimbulkan persaingan antar Perusahaan sepeda motor yang ada di Kota Dumai. Untuk itu, dalam menghadapi persaingan perlu memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman agar perusahaan dapat mempertahankan pasar yang telah mereka capai bahkan meningkatkannya. Akan tetapi, pada kenyataannya tidak semua perusahaan mampu mempertahankan pasarnya, hal ini terjadi karena minimnya tingkat penjualan yang membuat Perusahaan berfikir kembali untuk mencari strategi dan menetapkan target yang ingin dicapai.

Di Kota Dumai sudah banyak perusahaan transportasi sepeda motor dengan berbagai macam merek dan jenisnya, salah satunya sepeda motor dengan merek Yamaha. Yamaha adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang sektor produksi otomotif yang memproduksi kendaraan roda dua (sepeda motor). Yamaha menjadi salah satu merek sepeda motor yang banyak diminati oleh masyarakat Kota Dumai karena Yamaha terus melakukan inovasi-inovasi terbaru seperti pengoperasian yang simple, fungsionalitas yang tinggi serta kenyamanan saat digunakan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Dalam melakukan penjualannya, penjual dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat inilah yang sering tidak dimiliki oleh setiap orang. Tidaklah mudah untuk mengarahkan kemampuan calon pembeli dengan cara mengemukakan berbagai alasan serta pendapatnya.

Menurut Stanton (2001:90) Penjualan adalah sebagai usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menyampaikan barang-barang kebutuhan yang dihasilkan kepada mereka yang memerlukannya dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama. Menurut Alma (2005:5) pengertian penjualan merupakan masalah perseorangan yang sifatnya kreatif. Pekerjaan menjual merupakan keahlian yang tidak mungkin diganti dengan mesin. Pada zaman modern seperti sekarang ini seorang penjual yang pandai masih sangat dibutuhkan. Kegiatan menjual merupakan kegiatan dasar wirausaha. Seperti telah disebutkan bahwa wirausaha seseorang yang mengorganisir faktor-faktor produksi untuk tujuan produksi, maka produksi yang dihasilkan harus dapat terjual. Jika wirausaha ini tidak berhasil menjual produknya, maka kegiatan usahanya akan mengalami kegagalan. Penjualan adalah sebagai usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menyampaikan barang-barang kebutuhan yang dihasilkan kepada mereka yang memerlukannya dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama.

Menurut Nitisemito (1998:13) pengertian penjualan ialah semua kegiatan yang bertujuan untuk melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif. Menurut Winardi (2000:776), pengertian penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja di bidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran. Menurut Assauri (2004:5) pengertian penjualan ialah sebagai kegiatan manusia yang mengarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses

pertukaran. Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Ronny A. Rusli dan Hendra dalam buku "Manajemen Pemasaran" (2000:8) pengertian penjualan ialah proses sosial manaherial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Semakin pandai seseorang untuk menjual akan semakin cepat pula mencapai sukses dalam melaksanakan tugas-tugasnya, sehingga tujuan yang diinginkan akan segera terlaksana. Dalam segala bidang dan tingkatan, taktik penjualan harus digunakan agar pelayanan yang diberikan kepada orang lain dapat memberikan kepuasan. Dengan kepuasan ini diharapkan mereka dapat menjadi langganan atau sahabat yang baik. Setiap proses penjualan mempunyai strategi penjualan yang telah ditetapkan maka untuk selanjutnya manajemen tentu harus melaksanakannya dan mengelola pelaksanaan penjualan. Kegiatan pengelolaan dimulai dari perencanaan penjualan yang meliputi pengenalan pasar dan peran mendesain organisasi dan struktur organisasi penjual, meramalkan penjualan, menentukan objektif penjualan dan manajemen waktu. Dalam penentuan tujuan harus diturunkan dari tujuan perusahaan pada tingkat manajemen yang lebih tinggi. Akan tetapi, didalam melakukan penjualan sepeda motor Yamaha menyadari begitu ketatnya persaingan dengan perusahaan sejenis yang bergerak dibidang jual beli sepeda motor.

Setiap proses penjualan mempunyai strategi penjualan yang telah ditetapkan maka untuk selanjutnya manajemen tentu harus melaksanakannya dan mengelola pelaksanaan penjualan. Kegiatan pengelolaan dimulai dari perencanaan penjualan yang meliputi pengenalan pasar dan peran mendesain organisasi dan struktur organisasi penjual, meramalkan penjualan, menentukan objektif penjualan dan manajemen waktu. Dalam penentuan tujuan harus diturunkan dari tujuan perusahaan pada tingkat manajemen yang lebih tinggi. Proses manajemen penjualan yang dilakukan CV. Prima Yamaha Nusantara Kota Dumai merupakan upaya bersama untuk menjual sepeda motor merek Yamaha kepada para konsumen secara efektif dan juga efisien supaya menunjang tercapainya tujuan perusahaan dengan optimal.

Adapun sistem penjualan di CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai ialah *Cash* dan Kredit. *Cash* adalah pembayaran yang dilakukan pada saat terjadinya penyerahan barang dari penjual kepada pembeli atau pada saat terjadinya transaksi jual beli. Persyaratan yang perlu dibawa oleh pembeli ialah fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP). Sedangkan kredit adalah pembayaran yang dilakukan selang beberapa waktu setelah penyerahan barang dari penjual kepada pembeli. Jangka waktu pembayaran (saat jatuh tempo) biasanya dicantumkan dalam faktur. Adapun persyaratan yang perlu dibawa oleh pembeli ialah fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), slip gaji dan rekening listrik.

Disamping itu CV. Prima Yamaha Nusantara Kota Dumai memberikan kemudahan kepada konsumen dalam membeli sepeda motor dengan cara pembelian kredit, dengan memberikan uang muka yang rendah dan pemberian voucher serta hadiah untuk pembelian sepeda motor merek yamaha. Voucher yang diberikan berupa service gratis sebanyak 4 kali sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Untuk service pertama mendapatkan gratis oli. Jika service tidak sesuai dengan jadwal yang ditentukan, maka service gratis nya hangus. Selain itu, hadiah yang diberikan CV. Prima Yamaha Nusantara Kota Dumai kepada konsumen dalam pembelian sepeda motor berupa helm dan jaket yamaha yang dapat memberikan keamanan dan melindungi konsumen dalam mengendarai sepeda motor.

CV. Prima Yamaha Nusantara Kota Dumai dalam memperoleh unit dari pihak distributor, cukup dengan menghubungi via telepon pihak distributor dan memesan berapa unit yang diperlukan. Sebelum pihak distributor mengirimkan pesanan tersebut, mereka memeriksa terlebih dahulu target untuk masing-masing dealer yamaha yang ada di Kota Dumai. Apabila permintaan unit melebihi target, setengah dari permintaan dikirim untuk pengiriman berikutnya. Adapun dasar penetapan target penjualan pada CV. Prima Yamaha Nusantara Kota Dumai ditentukan oleh pihak distributor, dimana pihak distributor sudah menetapkan target penjualan unit untuk masing-masing dealer yang ada di Kota Dumai.

Dalam pelaksanaan penjualannya CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai telah mengambil keputusan-keputusan seperti adanya kerjasama kredit dengan beberapa leasing diantaranya yaitu PT. Adira Finance, BAF (Bussan Auto Finance), PT. Wom Finance, Mandiri Utama Finance (MUF), Mega Finance, Mega Auto Finance (MAF), BFI Finance, dan Bank BCA. CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai memiliki berbagai macam type dan harga sepeda motor merek Yamaha sehingga masyarakat dapat memilih type sepeda motor yang diinginkan dengan harga yang bervariasi sesuai dengan selera dan daya beli masyarakat. Sebagai salah satu dealer resmi di

Kota Dumai, CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai menyadari bahwa penjualan sepeda motor merek Yamaha tidak selalu berjalan sesuai dengan target yang telah ditetapkan perusahaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada volume penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Target penjualan dan realisasi penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai. Melalui tabel tersebut dapat diketahui bahwa adanya perbedaan antara target dan realisasi volume penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai selama tiga tahun terakhir.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa selama tiga tahun berturut-turut terjadi fluktuasi penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai. Yang artinya penjualan sepeda motor merek Yamaha mengalami peningkatan dan juga penurunan pada beberapa tahun terakhir. Hal itu dibuktikan dengan adanya data yang menunjukkan realisasi penjualan melebihi pencapaian target selama dua tahun terakhir dan mengalami penurunan selama satu tahun terakhir sebagaimana target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai, dapat diketahui bahwa didalam melakukan penjualan sepeda motor merek Yamaha masih adanya kekurangan stok untuk sepeda motor type matic sehingga tidak dapat memenuhi permintaan konsumen. Berikut wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Januari 2021 dengan karyawan Sales Counter yang bernama Ibu Syahnita Apriyani. *“Seringnya konsumen mencari sepeda motor type matic disini, akan tetapi kadang unit yang diinginkan konsumen tersebut habis sehingga perlu dilakukan pemesanan lagi ke distributornya untuk waktu yang lumayan, konsumen ada yang mau menunggu ada yang tidak sehingga ada beberapa lebih memilih membatalkan”*.

Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa tidak cukupnya stok untuk memenuhi permintaan dari konsumen pada tahun-tahun tertentu sehingga menyebabkan volume penjualan yang rendah karena beberapa dari konsumen tersebut tidak mau menunggu dan lebih memilih membatalkannya. Untuk itu, CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai terus menerus melakukan strategi promosi yang tepat untuk menarik minat konsumen dan merebut pangsa pasar lainnya, tujuannya agar perusahaan dapat meningkatkan volume penjualannya dan mengalahkan pesaing-pesaingnya dikarenakan pemasaran menjadi salah satu faktor yang paling menentukan penjualan. Kegiatan promosi dilakukan dengan berbagai macam cara, diantaranya mempengaruhi konsumen dengan memberi tahu kelebihan jika melakukan pembelian, seperti pada saat konsumen melakukan pembelian melalui *cash* dan kredit akan mendapatkan voucher berupa gratis *service* dan hadiah yang telah dipersiapkan.

Pemasaran mempunyai peranan penting dalam dunia usaha. Pemasaran berhubungan dengan kegiatan untuk memperkirakan atau mengantisipasi kebutuhan dan berkaitan dengan kegiatan mengalirnya produk berupa barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan suatu sistem dari keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memahami, memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Keberhasilan suatu aktivitas pemasaran yang dilaksanakan perusahaan untuk dapat menarik minat konsumen atau masyarakat tidak terlepas dari adanya usaha perusahaan untuk melakukan berbagai kreativitas agar produk yang ditawarkan menarik bagi konsumen ataupun masyarakat. Hal ini sebagaimana dikatakan Harman Malau (2017 : 6) Pemasaran berfungsi untuk membuat perusahaan kreatif mempersiapkan produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen. Pemasaran dalam perusahaan mengambil peran penting mengantisipasi kondisi pasar yang selalu berubah-ubah.

Menurut Tjiptono (2006:7) Pemasaran juga dapat berarti sebagai suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang ataupun kelompok lain. Menurut Fandy Tjiptono (2016:17) mengatakan bahwa secara garis besar, peran penting pemasaran diwujudkan melalui delapan fungsi universal yang meliputi: *Buying*, yaitu memastikan bahwa produk yang dijual tersedia dalam jumlah memadai agar dapat memenuhi permintaan pelanggan. *Selling*, yaitu menggunakan periklanan, *personal selling*, dan promosi penjualan untuk menyelaraskan produk dengan kebutuhan pelanggan. *Transporting*, berkenaan dengan memindahkan produk dari lokasi produksi ke lokasi yang nyaman diakses oleh para pembeli. *Storing*, berkaitan dengan aktivitas menyimpan produk sampai dibutuhkan untuk dijual. *Standardizing and grading*, yakni memastikan bahwa produk sesuai dengan pengendalian kualitas dan

kuantitas dalam hal ukuran, berat, dan variabel lainnya. *Financing*, yaitu menyediakan fasilitas kredit kepada anggota saluran distribusi (pedagang grosir dan pengecer) dan konsumen. *Risk taking*, yakni menghadapi segala ketidakpastian berkenaan dengan pembelian yang dilakukan pelanggan di masa datang. *Securing marketing information*, menyangkut pengumpulan informasi mengenai konsumen, pesaing, dan saluran distribusi demi kepentingan pengambilan keputusan pemasaran.

Menurut Stanton (2001:14) pemasaran berarti suatu falsafah bisnis yang menyatakan bahwa kepuasan kebutuhan konsumen merupakan ayarat ekonomi dan social bagi kelancaran hidup perusahaan. Menurut Cannon, Perreault dan McCarthy (2008:8) Pemasaran (*marketing*) adalah suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen. Menurut Winardi (2007:51) Pemasaran dapat berperan sebagai suatu ujung tombak dari perusahaan mencapai target penjualan yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Philip Kotler, pemasaran berarti suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dari pertukaran produk dan nilai dengan kelompok lain. Dari pengertian diatas, pengertian pemasaran mempunyai arti dan maksud yang sama dan jelas. Pemasaran meliputi semua aktivitas (kegiatan) yang dilakukan lembaga-lembaga pemasaran maupun perorangan sehingga barang atau jasa tersebut sampai ke konsumen dengan jumlah maupun kualitas yang bagus sesuai dengan selera konsumen. Berdasarkan uraian-uraian diatas, penelitian ini penting dilaksanakan dengan judul: "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai".

METODE

Penelitian deskriptif ini dilakukan pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai yang berlokasi di Jalan Sultan Hasanuddin (Jalan Ombak) Nomor 88 Kecamatan Rimba Sekampung Kota Dumai. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dan seluruh konsumen yang ditemui membeli produk sepeda motor merek Yamaha di Kota Dumai. Untuk teknik pengambilan sampel seluruh karyawan penulis menggunakan metode *sensus sampling* (sampel jenuh), menurut Sugiyono (2007:96) teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sehingga yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai.

Untuk pengambilan sampel konsumen pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai, peneliti menggunakan teknik *sampling incidental*. Menurut Sugiyono (2007:96) *sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara sengaja atau kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang dijumpai itu cocok sebagai sumber data. Penulis akan melakukan penelitian selama 20 hari penelitian, dimana satu hari penelitian penulis mengambil sampel sebanyak 3 (tiga) orang, sehingga diperoleh sampel dalam 30 hari sebanyak 60 (enam puluh) orang konsumen.

Data primer dan data sekunder dikumpulkan melalui angket dan wawancara. Setelah data yang diperlukan terkumpul dari responden penelitian selanjutnya dilakukan pengelompokan data yang sesuai dengan jenis data yang dibutuhkan. Kemudian data tersebut disajikan dalam bentuk tabel yang dilengkapi dengan uraian dan penjelasan, pelaksanaan penganalisaan data akan dilakukan secara *statistik deskriptif*, yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan. Untuk menganalisa variabel penjualan, penulis menggunakan *rating scale*. Tipe pertanyaan *rating scale* dimaksudkan untuk mengukur persepsi atau opini responden dalam tingkatan yang berskala kontinum. Teknik pengukuran *rating scale* menurut Sugiyono (2007:113) adalah mengubah data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pendekatan kualitatif kemudian ditafsirkan kedalam data kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha Pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai

Penjualan merupakan salah satu unsur yang terpenting dalam kegiatan dari suatu perusahaan. Perusahaan tidak dapat berkembang dengan baik jika tidak mampu menjual produk yang dihasilkannya dan

sebaliknya jika perusahaan mampu untuk meningkatkannya maka perusahaan tersebut akan mampu eksis dalam persaingan usaha. Penjualan yang baik akan menghasilkan laba yang baik juga bagi perusahaan. Penjualan merupakan suatu usaha yang terorganisir untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba, agar memperoleh laba dari penjualan yang dilakukan sebaiknya terlebih dahulu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek Yamaha agar proses penjualan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan yang diinginkan perusahaan tersebut.

Begitu pula pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek Yamaha dapat dilihat dari pencapaian target penjualan yang telat ditentukan. Kemampuan dalam mencapai target penjualan bukan suatu hal yang mudah, perlu diketahui juga faktor yang mempengaruhi dalam proses penjualan supaya memperoleh hasil yang diinginkan.

Dengan itu pula pengukuran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai mempunyai keinginan dan tujuan untuk mengetahui seperti apa hasil penjualan dan pencapaian target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan yang bersangkutan dengan kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan dan faktor lain yang ada di CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai pada pelaksanaan kegiatan penjualan.

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi penjualan pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan konsep teori yang dikemukakan oleh Basu Swastha & Irawan (2008:406) yang terdiri dari 5 (lima) indikator dan diuraikan menjadi 15 (lima belas) sub indikator dengan responden penelitian 81 (delapan puluh satu) orang. Hasil penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai akan dijabarkan sebagai berikut:

Kondisi dan Kemampuan Penjual

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kondisi dan kemampuan penjual adalah CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai harus mampu meyakinkan konsumen agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Indikator kondisi dan kemampuan penjual diukur dengan 3 (tiga) sub indikator, adapun tanggapan responden tentang indikator kondisi dan kemampuan penjual dapat dilihat sebagai berikut:

Terdapatnya kemampuan karyawan dalam memahami cara menawarkan jenis produk yang diminati konsumen.

Maksud memahami cara menawarkan jenis produk disini yaitu tenaga penjual mampu menjelaskan kepada konsumen berbagai produk yang ada di CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk-produk yang ditawarkan tenaga penjual dan begitu pula konsumennya merasa tertarik dengan apa yang sudah dijelaskan tenaga penjual untuk membeli produk-produk yang ditawarkan. Terdapatnya kemampuan manajemen perusahaan menyediakan kuota dalam mekanisme distribusi sesuai dengan permintaan konsumen.

Maksud disini manajemen perusahaan mampu menyediakan kuota dalam mekanisme distribusi sesuai dengan permintaan konsumen, bahwasanya perusahaan mampu menyediakan produk-produk sepeda motor merek Yamaha yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Terdapatnya sistem penjualan yang menarik konsumen.

Maksud disinipun terdapatnya berbagai sistem penjualan yang ditawarkan pihak perusahaan dengan pembayaran secara *cash* dan kredit yang dapat memudahkan konsumen.

Untuk melihat tanggapan responden tentang Kondisi dan kemampuan penjual pada pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dapat dilihat melalui tabel pada halaman berikutnya:

Tabel 1. Tanggapan responden tentang kondisi dan kemampuan penjual pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai

No.	Sub Indikator	Skor
1.	terdapatnya kemampuan karyawan dalam memahami menawarkan jenis produk yang diminati konsumen.	210
2.	terdapatnya kemampuan manajemen perusahanaan menyediakan kuota dalam mekanisme distribusi sesuai dengan permintaan konsumen.	199

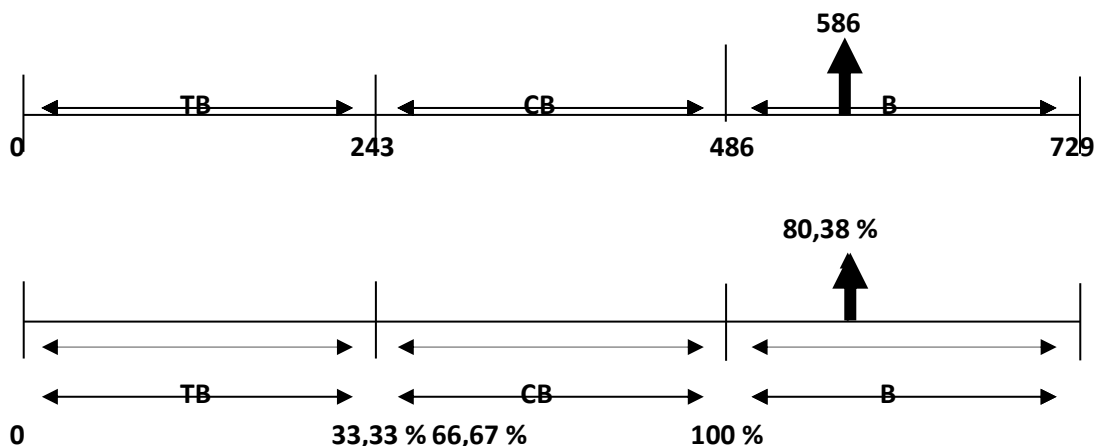
3.	terdapatnya sistem penjualan yang menarik konsumen.	177
Total		586

Sumber : hasil olahan data penelitian tahun 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa indikator kondisi dan kemampuan penjual dilihat dari 3 (tiga) sub indikator yaitu: terdapatnya kemampuan karyawan dalam memahami menawarkan jenis produk yang diminati konsumen, terdapatnya kemampuan manajemen perusahaan menyediakan kuota dalam mekanisme distribusi sesuai dengan permintaan konsumen dan terdapatnya sistem penjualan yang menarik konsumen.

Adapun tanggapan responden dengan skor tertinggi terdapat pada sub indikator yang pertama yaitu terdapatnya kemampuan karyawan dalam memahami menawarkan jenis produk yang diminati konsumen dengan skor 210, kemudian pada sub indikator yang kedua yaitu terdapatnya kemampuan manajemen perusahaan menyediakan kuota dalam mekanisme distribusi sesuai dengan permintaan konsumen dengan skor 199, dan pada sub indikator yang ketiga terdapatnya sistem penjualan yang menarik konsumen dengan skor 177.

Dan secara keseluruhan jumlah skor yang didapatkan dari indikator kondisi dan kemampuan penjual adalah 586. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada garis kontinum berikut:



Dari garis kontinum diatas dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden untuk indikator kondisi dan kemampuan penjual pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dikategorikan baik dengan skor 586 yang berada pada interval skor 486–729 dengan persentase 80,38 %.

Kondisi Pasar

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kondisi pasar adalah tempat dimana sekelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran penjualan yang menunjukkan keinginan serta daya beli kelompok tersebut terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai. Indikator kondisi pasar diukur dengan 3 (tiga) sub indikator, adapun tanggapan responden tentang indikator kondisi pasar dapat dilihat sebagai berikut:

Terdapatnya kemampuan karyawan memilih target konsumen.

Maksud disini karyawan mampu menentukan konsumen–konsumen yang akan membeli produk yang mereka minati sesuai dengan kebutuhan mereka masing.

Terdapatnya kemampuan dalam menilai daya beli konsumen.

Yaitu kemampuan konsumen dalam membeli produk-produk yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan. Dari itu pula kemampuan konsumen–konsumen dapat diukur secara baik.

Terdapatnya kemampuan menawarkan stok produk yang diminati konsumen.

Yaitu persediaan produk yang ada diperusahaan mampu disampaikan oleh karyawan kepada konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang sudah tersedia di dealer.

Untuk melihat tanggapan responden tentang Kondisi pasar pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 2. Tanggapan responden tentang kondisi pasar pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai

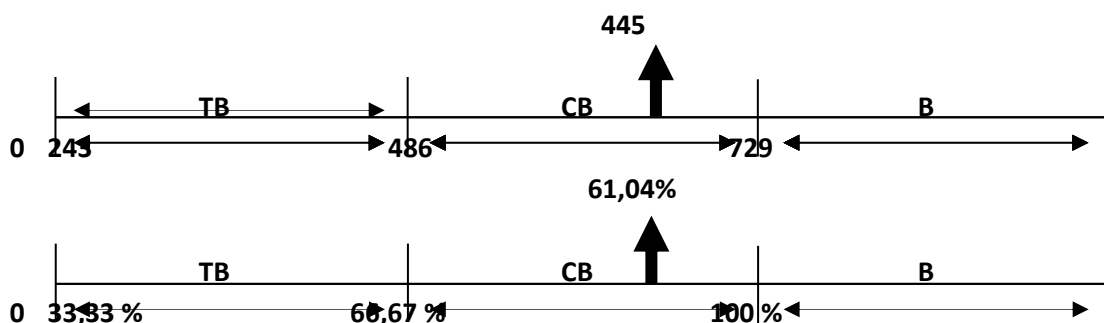
No.	Sub Indikator	Skor
1.	Terdapatnya kemampuan karyawan memilih target konsumen	155
2.	Terdapatnya kemampuan dalam menilai daya beli konsumen	135
3.	Terdapatnya kemampuan menawarkan stok produk yang diminati konsumen.	155
Total		445

Sumber : hasil olahan data penelitian tahun 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa indikator kondisi pasar dilihat dari 3 (tiga) sub indikator yaitu : terdapatnya kemampuan keryawan memilih target konsumen, terdapatnya kemampuan dalam menilai daya beli konsumen dan terdapatnya kemampuan menawarkan stok produk yang diminati konsumen.

Berdasarkan tabel tersebut tanggapan responden pada indikator kondisi pasar dapat dilihat dari sub indikator terdapatnya kemampuan karyawan memilih target konsumen dengan skor 155, terdapatnya kemampuan dalam menilai daya beli konsumen dengan skor 135, dan terdapatnya kemampuan menawarkan stok produk yang diminati konsumen dengan skor 155, dan dari ketiga sub indikator diatas maka diperoleh total skor 445.

Secara keseluruhan jumlah skor yang didapat dari indikator kondisi pasar adalah 445. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada garis kontinum berikut:



Dari garis kontinum diatas dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden untuk indikator kondisi pasar CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dikategorikan cukup baik dengan total skor sebanyak 445 yang berada pada interval skor 243–486 dengan persentase 61,04 %.

Modal

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan modal adalah suatu usaha dalam menyediakan sarana dan prasarana yang digunakan oleh karyawan CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai untuk memasarkan produk-produknya dan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk operasional perusahaan.

Indikator modal dapat diukur dengan 3 (tiga) sub indikator. Adapun tanggapan responden tentang indikator modal dapat dilihat sebagai berikut:

Terdapatnya tempat penawaran produk yang menarik calon konsumen

Yaitu suatu sarana dimana perusahaan dapat menjual produk-produk nya sesuai dengan keinginan konsumen. Tempat penjualan produk yang bagus akan menarik minat konsumen untuk membeli produk–produk yang ditawarkan perusahaan.

Terdapatnya ketersediaan alat transportasi untuk mendistribusikan produk

Yaitu produk yang dijual dalam jumlah banyak maupun sedikit seiring dengan keinginan konsumen dalam transaksi jual beli dalam pengantaran produk yang dibelinya agar bisa sampai ditujuannya, dan begitu pula para tenaga penjual dalam melakukan aktivitas penjualan juga memerlukan alat transportasi untuk mengefesiensikan aktivitasnya sebagai tenaga penjual.

Ketersediaan contoh produk yang ditawarkan kepada konsumen

Yaitu contoh produk yang ada mampu menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan produk yang diminati konsumen. Dengan ketersediaan produk tersebut tenaga penjual dapat lebih mudah memberikan informasi–informasi dari masing-masing produk kepada konsumen.

Untuk melihat tanggapan responden tentang modal pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 3. Tanggapan responden tentang modal pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai

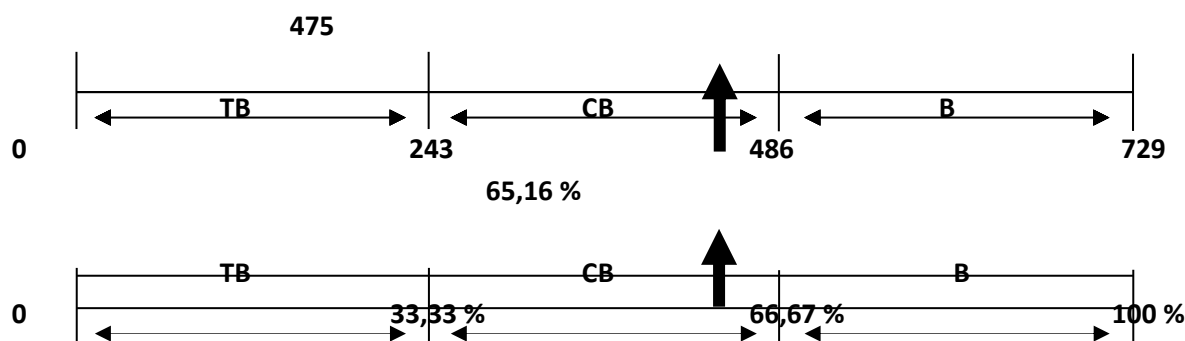
No	Sub Indikator	Skor
1.	Terdapatnya tempat penawaran produk yang menarik calon konsumen	151
2.	Terdapatnya ketersediaan alat transportasi untuk mendistribusikan produk	166
3.	Terdapatnya ketersediaan contoh produk yang ditawarkan kepada konsumen	158
Total		475

Sumber : hasil olahan data penelitian tahun 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa indikator modal dilihat dari 3 (tiga) sub indikator yaitu: terdapatnya tempat penawaran produk yang menarik calon konsumen, terdapatnya ketersediaan alat transportasi untuk mendistribusikan produk dan terdapatnya ketersediaan contoh produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Berdasarkan tabel tersebut tanggapan responden pada indikator modal dapat dilihat dari sub indikator terdapatnya tempat penawaran produk yang menarik calon konsumen dengan skor 151, terdapatnya ketersediaan alat transportasi untuk mendistribusikan produk dengan skor 166, dan terdapatnya ketersediaan contoh produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan skor 158, dan dari ketiga sub indikator diatas maka diperoleh total skor 475.

Secara keseluruhan jumlah skor yang didapatkan dari indikator modal adalah 475. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada garis kontinum berikut:



Dari garis kontinum diatas dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden untuk indikator modal CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dikategorikan cukup baik dengan total skor sebanyak 475 yang berada pada interval skor 243–486 dengan persentase 65,16%.
Kondisi organisasi perusahaan

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kondisi organisasi perusahaan adalah suatu keadaan dimana CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai mampu dalam menjalankan kegiatan penjualannya dan menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi.

Indikator kondisi organisasi perusahaan dapat diukur dengan 3 (tiga) sub indikator. Adapun tanggapan responden tentang indikator kondisi organisasi perusahaan dapat dilihat sebagai berikut:

Terdapatnya karyawan yang ahli dalam memasarkan produk

Yaitu kemampuan karyawan dalam menjual produk kepada konsumen dengan baik, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk–produk yang sudah ditawarkan. Ini merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk memasarkan produk mereka.

Terdapatnya sistem penjualan yang mudah dipahami konsumen

Yaitu sistem penjualan yang mudah dipahami dapat membantu konsumen dalam membeli produk, seperti pembelian secara *cash* untuk konsumen tingkat atas dan pembelian secara kredit untuk konsumen tingkat menengah kebawah yang sudah disampaikan oleh karyawan.

Terdapatnya kemampuan karyawan dalam melayani konsumen dengan memberikan informasi tentang kemudahan dalam bertransaksi

Yaitu melayani konsumen dengan memberikan informasi–informasi yang dapat memudahkan konsumen dalam bertransaksi di CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai

Tabel 4. Tanggapan responden tentang kondisi organisasi perusahaan pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai

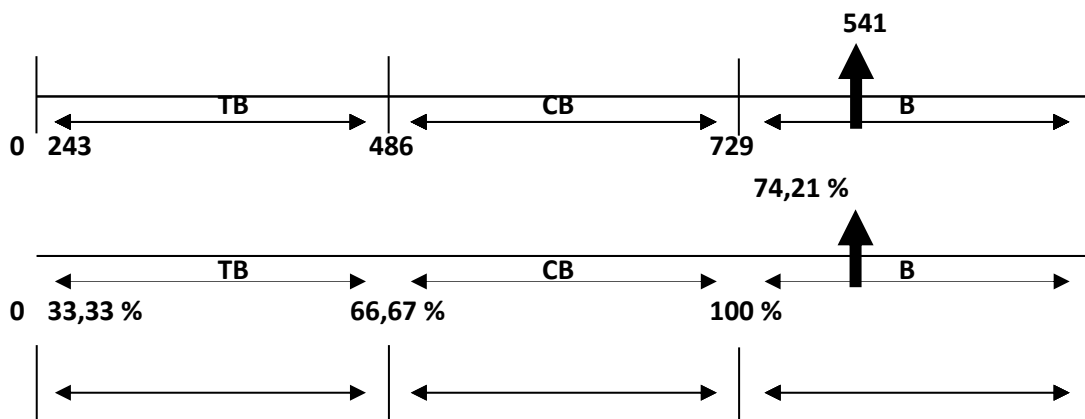
No	Sub Indikator	Skor
1.	terdapatnya karyawan yang ahli dalam memasarkan produk	173
2.	terdapatnya sistem penjualan yang mudah dipahami konsumen	192
3.	terdapatnya kemampuan karyawan dalam melayani konsumen dengan memberikan informasi tentang kemudahan dalam bertransaksi	176
Total		541

Sumber : hasil olahan data penelitian tahun 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa indikator kondisi organisasi perusahaan dapat dilihat dari 3 (tiga) sub indikator yaitu: terdapatnya karyawan yang ahli dalam memasarkan produk, terdapatnya sistem penjualan yang mudah dipahami konsumen dan terdapatnya kemampuan karyawan dalam melayani konsumen dengan memberikan informasi tentang kemudahan dalam bertransaksi.

Berdasarkan tabel tersebut tanggapan responden pada indikator kondisi organisasi perusahaan dapat dilihat dari sub indikator terdapatnya karyawan yang ahli dalam memasarkan produk dengan skor 173, terdapatnya sistem penjualan yang mudah dipahami konsumen dengan skor 192, dan terdapatnya kemampuan karyawan dalam melayani konsumen dengan memberikan informasi tentang kemudahan dalam bertransaksi skor 176, dan dari ketiga sub indikator diatas maka diperoleh total skor 541.

Secara keseluruhan jumlah skor yang didapatkan dari indikator kondisi organisasi perusahaan adalah 541. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada garis kontinum berikut:



Dari garis kontinum diatas dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden untuk indikator kondisi organisasi perusahaan CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dikategorikan baik dengan total skor sebanyak 541 yang berada pada interval skor 486–729 dengan persentase 74,21 %.

Faktor Lain

Yang dimaksud dengan faktor lain dalam penelitian ini adalah daya tarik yang dilakukan CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dalam memperkenalkan barang yang dijual. Indikator faktor lain diukur dengan 3 (tiga) sub indikator, adapun tanggapan responden indikator faktor lain dapat dilihat sebagai berikut:

Terdapatnya pemberian hadiah setiap pembelian oleh konsumen

Dalam setiap proses pembelian produk tentunya para konsumen selalu mendapatkan hadiah. Dengan pemberian hadiah tersebut secara tidak langsung mampu meningkatkan penjualan.

Terdapatnya program pengenalan penyebaran brosur produk yang ditawarkan.

Yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dalam rangka memperkenalkan produk kepada konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk di dealer dengan cara

penyebaran brosur produk–produk yang dijual.

Terdapatnya program mengikuti pameran pada setiap event lokal untuk memperkenalkan produk yaitu suatu cara yang dilakukan CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dalam memperkenalkan produk–produk yang dijual dengan cara membuka pameran pada setiap event–event lokal.

Tabel 5. Tanggapan responden tentang faktor lain pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai

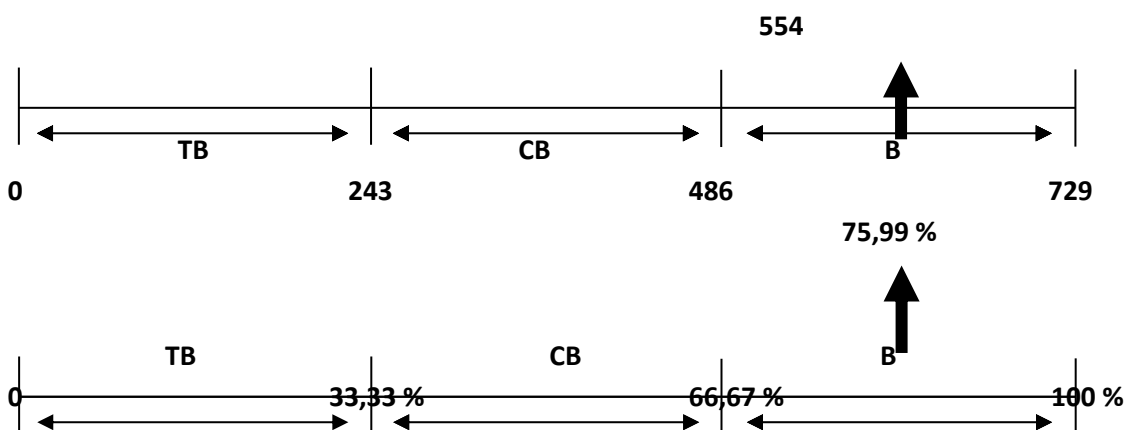
No	Sub Indikator	Skor
1.	Terdapatnya pemberian hadiah setiap pembelian oleh konsumen	187
2.	Terdapatnya program pengenalan penyebaran brosur produk yang ditawarkan	184
3.	Terdapatnya program mengikuti pameran pada setiap event lokal untuk memperkenalkan produk	183
Total		554

Sumber : hasil olahan data penelitian tahun 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa indikator faktor lain dilihat dari 3 (tiga) sub indikator yaitu: terdapatnya pemberian hadiah setiap pembelian oleh konsumen, terdapatnya program pengenalan penyebaran brosur produk yang ditawarkan dan terdapatnya program mengikuti pameran pada setiap event lokal untuk memperkenalkan produk.

Berdasarkan tabel tersebut tanggapan responden pada indikator faktor lain dapat dilihat dari sub indikator terdapatnya pemberian hadiah setiap pembelian oleh konsumen dengan skor 187, terdapatnya program pengenalan penyebaran prosur produk yang ditawarkan dengan skor 184, dan terdapatnya program mengikuti pameran pada setiap event lokal untuk memperkenalkan produk dengan skor 183, dan dari ketiga sub indikator diatas maka diperoleh total skor 554.

Secara keseluruhan jumlah skor yang didapatkan dari indikator faktor lain adalah 554. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada garis kontinum berikut:



Dari garis kontinum diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden untuk indikator kondisi organisasi perusahaan CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dikategorikan baik dengan total skor sebanyak 554 yang berada pada interval skor 486-729 dengan persentase 75,99 %.

Selanjutnya untuk melihat Faktor–faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha Pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 6. Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang Faktor–faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha Pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai

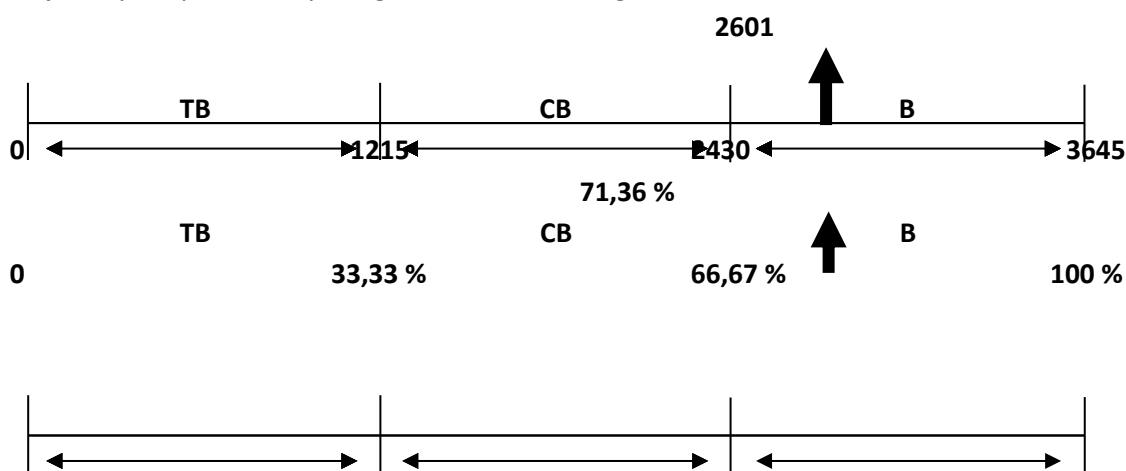
No	Indikator	Skor
1.	Kondisi dan kemampuan penjual	586
2.	Kondisi Pasar	445
3.	Modal	475

4.	Kondisi kemampuan organisasi	541
5.	Faktor lain	554
Total		2601

Sumber : hasil olahan data penelitian tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang faktor–faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dapat dilihat dari 5 (lima) indikator, yaitu: Kondisi dan Kemampuan Penjual, Kondisi Pasar, Modal, Kemampuan Organisasi Perusahaan dan Faktor lain. Tanggapan responden tentang Kondisi dan kemampuan penjual memperoleh skor 586, Kondisi pasar memperoleh skor 445, Modal memperoleh skor 475, Kondisi kemampuan organisasi skor 541 dan Faktor lain memperoleh skor 554. Dari kelima indikator diatas maka diperoleh total skor sebanyak 2601.

Secara keseluruhan tanggapan tentang faktor–faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai diperoleh total skor sebanyak 2601. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada garis kontinum sebagai berikut:



Berdasarkan garis kontinum diatas Faktor–faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dengan skor sebesar 2601 berada pada interval 2430–3645 dengan persentase 71,36 % berada pada kategori baik.

Faktor penghambat penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Faktor–faktor yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai, perusahaan memiliki beberapa faktor penghambat sebagai berikut:

Faktor Penghambat

Adapun yang menjadi faktor penghambat yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai pada penelitian ini adalah:

Kurangnya kondisi pasar dalam meningkatkan penjualan

Dapat dilihat kondisi pasar yang masih menjadi hambatan dalam penjualan sepeda motor merek yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai pada sub indikator kemampuan karyawan memilih target konsumen, kemampuan dalam menilai daya beli konsumen, dan kemampuan menawarkan stok produk yang diminati konsumen.

Kurangnya modal dalam meningkatkan penjualan

Adanya modal yang menghambat penjualan sepeda motor merek yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai, dimana dalam hal ini dapat dilihat dari tempat penawaran produk yang menarik calon konsumen, ketersediaan alat transportasi untuk mendistribusikan produk, dan ketersediaan contoh produk yang ditawarkan kepada konsumen.

SIMPULAN

Faktor–faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai dapat dilihat melalui 5 (lima) indikator yaitu : Kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan dan faktor lain. Dari tanggapan responden diperoleh total skor sebesar 2601 dengan persentase 71,36% berada pada kategori baik. Faktor penghambat yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai adalah kurangnya kondisi pasar dan kurangnya modal dalam meningkatkan penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari.2005.Kewirausahaan.Bandung: Alfabeta
- Assauri, Sofyan.2000.Manajemen Pemasaran.Jakarta:Rajawali Pers.
- Kotler, Keller.2008.Manajemen Pemasaran.Yogyakarta:Erlangga.
- Mulyadi.2008.Sistem Akuntansi.Jakarta:Salemba Empat.
- Nitisemito, Alex.2003. Marketing Edisi Keenam.Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Purwanto, Erwan Agus dan Dyah Ratih.2017.Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2.Yogyakarta:Gava Media.
- Stanton.2001. Dasar-Dasar Pemasaran.Yogyakarta:Liberty.
- Sugiono.2005.Metode Penelitian Bisnis.Bandung:CV. Alfabeta.
- _____.2007.Metode Penelitian Administrasi.Bandung:Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan.1996.Manajemen Pemasaran Modern Edisi kedua. Yogyakarta:Liberty.
- _____.2008.Manajemen Pemasaran Modern.Yogyakarta:Liberty.
- Tjiptono,Fandy. 2006.Service Management.Yogyakarta: Andi
- Winardi. 2007.Pengantar Manajemen Penjualan.Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.