

# **STRATEGI PROMOSI DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA DEALER HONDA HAUR KUNING BANJARBARU**

**Riska Yeni Amelia**

**Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari Banjarmasin**

[rr7562344@gmail.com](mailto:rr7562344@gmail.com) / 082249550087

## **ABSTRAK**

**Riska Yeni Amelia, 2022, Strategi Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Dealer Honda Haur Kuning Banjarbaru, Pembimbing I : Dwi Wahyu Artiningsih, pembimbing II : Teguh Wicaksono.**

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan pada Dealer Honda Haur Kuning Banjarbaru, (2) mengetahui strategi yang seharusnya dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan pada Dealer Honda Haur Kuning Banjarbaru.

Rancangan penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif dan penelitian observasi secara langsung dilapangan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi dengan pimpinan maupun dengan karyawan pada Dealer Honda Haur Kuning Banjarbaru.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang tepat digunakan oleh Dealer Honda Haur Kuning Banjarbaru adalah personal selling, dengan media sosial sebagai salah satu alat mempromosikan produknya. Strategi promosi dalam meningkatkan Volume penjualan yang harus dilakukan dealer dengan iklan media facebook, website, brosur, poster dan balihho serta menjadi sponsor diberbagai acara (event).

**Kata kunci Strategi Promosi, dan Volume Penjualan**

---

## **ABSTRACT**

***Riska Yeni Amelia, 2022, Promotion Strategy in an Effort to Increase Sales Volume at Banjarbaru Honda Haur Kuning Dealers, Supervisor I : Dwi Wahyu Artiningsih, Supervisor II : Teguh Wicaksono.***

*This study aims to: (1) find out the promotional strategies carried out in increasing sales volume at the Honda Haur Kuning Banjarbaru Dealer, (2) find out the strategies that should be carried out in increasing sales volume at the Banjarbaru Honda Haur Kuning Dealer.*

*The design of this research is a qualitative research with descriptive type and direct observation research in the field. Data collection techniques in this study used interviews and documentation with leaders and employees at the Honda Haur Kuning Banjarbaru Dealer.*

*The results showed that the right promotion strategy used by the Honda Haur Kuning Banjarbaru Dealer was personal selling, with social media as a tool to promote their products. Promotional strategies to increase sales volume that dealers must do with Facebook media advertisements, websites, brochures, posters and billboards and become sponsors at various events.*

***Keywords Promotion Strategy, and Sales Volume***

## PENDULUAN

Dalam era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Persaingan usaha dan bisnis sekarang ini kian semakin kompetitif, untuk itu sebuah perusahaan apapun berusaha meningkatkan kualitas kinerja dan strategi promosi dalam marketing pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan di perusahaan tersebut.

Apabila perusahaan melakukan fungsi pemasaran dengan baik seperti mengidentifikasi kebutuhan konsumen, dan mengembangkan kebutuhan yang tepat maka suatu produk akan laku dengan sendirinya. Perusahaan tidak dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dalam penjualan produknya, jika tidak disertai dengan promosi yang tepat. Maka dari itu perusahaan harus mengetahui alat promosi apa yang paling tepat digunakan. Kegiatan promosi hasilnya tidak dapat diperoleh secara langsung tetapi dibutuhkan waktu sebelum terjadi penjualan. Semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan promosi, maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen dan akhirnya meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan promosi bagi kebanyakan perusahaan merupakan sebuah proses yang terus menerus.

Pada masa sekarang banyak perusahaan yang bergerak di bidang otomotif dalam hal ini penulis meneliti perusahaan PT. Haur Kuning Rahmat Banjarbaru dimana perusahaan ini menawarkan sepeda motor Honda dengan jenis dan tipe yang berbeda. Perusahaan ini juga menyediakan jasa servis, bengkel, dan menyediakan suku cadang asli Honda. PT. Haur Kuning Rahmat Banjarbaru melayani penjualan secara tunai dan kredit, sehingga pemasaran produk mereka dapat dijangkau oleh semua kalangan, baik dari kalangan konsumen tingkat tinggi, menengah, dan bawah. PT. Haur Kuning Rahmat Banjarbaru sendiri telah melakukan beberapa kegiatan promosi penjualan, yaitu dengan memberikan DP murah, pemberian promo-promo yang menarik, dan pemberian hadiah.

**Tabel 1.1 Data Penjualan Motor 2019-2021**

NO	TAHUN	JUMLAH (UNIT)
1	2019	3444
2	2020	2150
3	2021	2965

**Sumber Data : PT. Haur Kuning Rahmat Banjarbaru,2022**

Dari Tabel 1.1 data penjualan motor Honda bisa dilihat dari tiga tahun terakhir (2019-2021), data diatas menunjukkan bahwa penjualan motor Honda pada tahun 2019 penjualan motor Honda mengalami penurunan menjadi 3444 unit, kemudian pada tahun 2020 penjualan motor Honda mengalami penurunan menjadi 2150 unit, dan pada tahun terakhir 2021 penjualan motor Honda Mengalami kenaikan menjadi 2965 unit.

PT. Haur Kuning Rahmat Banjarbaru mempunyai target penjualan setiap bulannya yang mereka tetapkan yaitu 124 unit/bulan untuk semua jenis motor, jadi untuk setiap tahunnya penjualan motor harus mencapai target sebanyak 1488 unit. Jadi dari data penjualan di atas khususnya pada 3 tahun terakhir yaitu (2019-2021) PT. Haur kuning Rahmat Banjarbaru telah melampaui target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Promosi yang tepat sangat penting dalam kegiatan memasarkan produk mereka karena sarana promosi selain sebagai sarana untuk memperkenalkan, namun lebih jauh lagi promosi pun dapat digunakan sebagai sarana dalam menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Berdasarkan pemikiran dan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“STRATEGI PROMOSI DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA DEALER HONDA HAUR KUNING BANJARBARU”**.

## METODE PENELITIAN

Dalam penulisan skripsi ini jenis penelitian yang di gunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif dengan jenis deskriptif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan aktual dan sistematis objek yang sedang diteliti tentang fakta-fakta yang ada di lokasi penelitian. Metode Penelitian, metode penelitian deskriptif suatu metode dalam meneliti suatu sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk teknik analisis datanya adalah analisis deskriptif.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Data informan

Peneliti memilih keterwakilan karyawan Dealer Haur Kuning Tbk, Cabang Banjarbaru. Jumlah karyawan yang dibutuhkan sebagai informan dalam posisi pekerjaan. Berikut daftar informan karyawan Dealer Haur Kuning Banjarbaru.

**Tabel 4.1 Wawancara Penelitian ( Data Informan )**

NO	Nama Informan	Jumlah karyawan
1	Pak Abdul ( manajer )	1
2	Anita ( admin )	1
3	Ahmad ( Staff )	1
4	Aras ( Staff )	1
5	Supir Dealer	1

**Sumber : Data Diolah, 2022**

**2. Strategi promosi yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan pada Dealer Haur Kuning Banjarbaru**

Perkembangan Era globalisasi ini telah mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia. Salah satu aspek yang dipengaruhi yaitu aspek ekonomi khususnya bidang pemasaran. Kemajuan teknologi yang begitu pesat mampu memudahkan wirausaha atau pelaku usaha dalam mengembangkan usaha khususnya dalam melakukan promosi atau volume penjualan pemasaran. Kondisi demikian sangat membantu para pelaku usaha untuk mendapatkan pelanggan. Kemajuan teknologi saat ini dimanfaatkan dalam bidang promosi melalui teknologi. Hal tersebut juga dilakukan Dealer Haur Kuning Banjarbaru. Pemilik usaha Dealer menggunakan teknologi dalam melakukan pemasaran khususnya promosi. Dari beberapa informan dalam penelitian ini mengemukakan pendapat bahwa berbagai cara atau strategi promosi telah dilakukan guna meningkatkan jumlah pelanggan. Strategi promosi menjadi salah satu tujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang yang diterapkan Dealer Haur Kuning Banjarbaru untuk menunjang keberlangsungan usaha. Dengan demikian berbagai upaya telah direncanakan dan dikembangkan dengan memanfaatkan segala peluang yang ada.

**3. Strategi Promosi yang harus dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan pada Dealer Haur Kuning Banjarbaru**

Tujuan perusahaan melakukan kegiatan promosi yakni untuk memperkenalkan produk yang dimiliki sehingga masyarakat tahu dan memberikan tanggapan terhadap produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Adapun strategi promosi yang dilakukan Dealer Haur Kuning Banjarbaru yakni sebagai berikut:

1. Periklanan
2. Publisitas
3. Hubungan masyarakat
4. Sales promosi
5. Personal Selling

Penelitian ini menghasilkan beberapa pengakuan dari Dealer Haur Kuning Banjarbaru yang dijadikan informan dalam penelitian karya ilmiah (skripsi) sebagai berikut:

Dari hasil keterangan wawancara dengan Pak Abdul sekaligus manajer Dealer Haur Kuning Banjarbaru menyatakan bahwa: “Saya sering kali melakukan promosi menggunakan sosial media. Karena menurutku rata-rata orang banjarbaru dan sekitarnya punya sosial media jadi mudah dijangkau dan orang juga mudah tahu. Selain sosial media, saya juga buat brosur untuk dibagikan kepada orang-orang. Saya rasa kalau pake brosur juga tidak terlalu banyak biaya yang dipake dan mudah juga di baca pelanggan. setiap perusahaan karena promosi tersebut adalah alat tempur dalam bersaing dengan perusahaan lain. Semakin menarik promosi yang akan perusahaan lakukan, maka semakin dekat pula perusahaan tersebut dengan calon konsumennya. Apabila tidak berujung pada transaksi, promosi masih tetap sangat berguna, misalnya Dealer haur kuning adalah perusahaan ritel motor Honda, maka mindset calon konsumen terhadap produk motor akan tertuju kepada perusahaan, dengan catatan perusahaan tersebut harus maksimal dalam melaksanakan promosinya”.

Berdasarkan keterangan tersebut, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran yang dilakukan dealer haur kuning melalui pemanfaatan sosial media dan pembagian brosur kepada pelanggan. Pemanfaatan sosial media digunakan karena mayoritas masyarakat kota Banjarbaru memiliki sosial media sehingga mudah dijangkau. Sedangkan pembagian brosur dilakukan dealer motor karena dianggap mudah dan membantu proses promosi yang efektif. Hal tersebut sejalan dengan keterangan wawancara Anita Tompuno yang menyatakan bahwa:

“Selain promosi usaha pake Whatsapp, Instagram sama Facebook, media cetak seperti brosur, media iklan luar seperti pamflet, spanduk, billboard, radio dsb, hubungan masyarakat serta promo potongan harga telah dilakukan. “ kami juga biasanya promosikan langsung ke orang-orang kalau ketemu. Biasanya kalau ada yang datang membeli kami kasih diskon kalau banyak yang beli supaya bisa di promosikan ke orang lain juga. Kalau masalah promosi usaha kami biasanya kasih diskon di waktu tertentu kayak menjelang lebaran, tahun baru dan sebagainya”.

Strategi promosi juga dilakukan dealer motor ini melalui pemberian diskon kepada pelanggan di waktu-waktu tertentu. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan memberikan harga yang murah untuk menarik minat pelanggan. Usaha motor terang juga menggunakan sistem promosi yang biasa digunakan usaha lain melalui sosialisasi langsung kepada pelanggan ketika datang berbelanja. Strategi tersebut dianggap mudah dan sangat membantu dalam meningkatkan penjualan. Rahmat sebagai karyawan menyatakan bahwa:

“kami sebagai karyawan juga ikut membantu mempromosikan usaha. Biasanya kalau bagi-bagi brosur ikut semua karyawan membantu. Akun sosial media juga saya dipake buat promosi. Karena merasa semua satu tim jadi harus kerjasama promosikan ini usaha”

Menurut keterangan wawancara oleh saudara Aras, salah satu karyawan dealer menyatakan bahwa:

“Kalau menurut saya, selain promosi pake internet dan kasih diskon kita sebagai karyawan biasanya promosi melalui pelayanan. Kalau ada pelanggan harus dilayani baik-baik. Supaya kalau datang belanja merasa nyaman dan mau datang kembali. Penting sekali itu pelayanan kepada pelanggan supaya cerita baik-baik ke orang lain”.

Dari hasil keterangan tersebut dapat dipahami bahwa selain strategi promosi melalui sosialisasi kepada pelanggan, karyawan Dealer Haur Kuning Banjarbaru juga menjaga kualitas pelayanan diberikan kepada pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan pelanggan dalam hal pelayanan. Kualitas pelayanan yang di maksud yaitu keramahan kepada pelanggan, kebersihan usaha, kecepatan dan ketepatan dalam melayani serta kepuasan terhadap fasilitas usaha yang dimiliki. Pernyataan tersebut kemudian diperkuat oleh ungkapan yang disampaikan oleh pak abdul yang menyatakan bahwa:

“Dealer kami selalu memberikan pelayanan yang baik. Seringkali sampaikan sama karyawan supaya perbaiki caranya melayani pelanggan. Kebersihan sama keramahan sama pelanggan penting sekali dijaga supaya tidak cerita jelek ke orang-orang”.

Kemudian, salah satu karyawan dalam hal ini supir dealer menyatakan bahwa: “Saya sebagai supir berusaha ka antar pesannya pelanggan tepat waktu. Hati hati juga biasa bawa mobil supaya tidak ada pesanan yang rusak ataupun salah antar. Kalau mau dibiling kita ini supir berpengaruh sekali sama pelanggan jangan sampai marah-marah pelanggan Karena lambat pesannya”.

Menurut, keterangan wawancara oleh bapak abdul, menyatakan bahwa :

Dalam memenuhi strategi penjualan perseorangan apakah ada target khusus yang diberikan setiap karyawan untuk dipenuhi setiap bulannya?

“Jadi nama salesman/ sales marketing harus ada target penjualan karena saya juga memiliki target salesman lapangan minimal 5/orang di setiap bulannya, dan kalau sales konter minimal 80/bulan untuk cash dan kredit”.

Pertanyaan selanjutnya Diantara berbagai strategi yang diterapkan oleh perusahaan, yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan?

“Semua yang paling efektif itu yang terjun langsung dilapangan, baik canvassing, canvassing door to door”.

Pertanyaan terakhir untuk bapak abdul pada wawancara ini Ketika melihat peluang produk yang anda tawarkan kurang mampu bersaing dengan produk sejenis dengan merk yang berbeda, apakah ada strategi tertentu yang digunakan oleh perusahaan sebagai standar dalam memasarkan produk?

“Ya pasti namanya kompetitor,kita bersaing seperti promosinya ,ada gift giftnya,itu menarik konsumen, kita membaca kompetitor arahnya kemana”.

Berdasarkan hasil keterangan informan diatas dapat disimpulkan bahwa Dealer Haur Kuning Banjarbaru masih dominan menggunakan strategi promosi yang digunakan pada umumnya Hal tersebut disebabkan karena strategi promosi tersebut sangat mudah dilakukan, tidak membutuhkan banyak biaya serta mampu meningkatkan penjualan dealer haur kuning. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan dalam penelitian ini telah memberikan jawaban bahwa dealer motor sangat memperhatikan tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek dan jangka panjang tersebut kemudian disesuaikan dengan strategi promosi yang dilaku kan sehingga mampu meningkatkan penjualan. Dengan kata lain, strategi promosi menjadi hal yang sangat penting untuk diprioritaskan oleh dealer motor dalam meningkatkan penjualan usaha perusahaan.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Strategi promosi yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan pada Dealer Haur Kuning Banjarbaru**

Strategi pemasaran yang dilakukan dealer haur kuning melalui pemanfaatan sosial media dan pembagian brosur kepada pelanggan. Pemanfaatan sosial media digunakan karena mayoritas masyarakat kota Banjarbaru memiliki sosial media sehingga mudah dijangkau. Sedangkan pembagian brosur dilakukan dealer motor karena dianggap mudah dan membantu proses promosi yang efektif. Strategi promosi juga dilakukan dealer motor ini melalui pemberian diskon kepada pelanggan di waktu-waktu tertentu. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan memberikan harga yang murah untuk menarik minat pelanggan. Usaha motor terang juga menggunakan sistem promosi yang biasa digunakan usaha lain melalui sosialisasi langsung kepada pelanggan ketika datang berbelanja. Strategi tersebut dianggap mudah dan sangat membantu dalam meningkatkan penjualan. Selain strategi promosi melalui sosialisasi kepada pelanggan, karyawan Dealer Haur Kuning Banjarbaru juga menjaga kualitas pelayanan diberikan kepada pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan pelanggan dalam hal pelayanan. Kualitas pelayanan yang di maksud yaitu keramahan kepada pelanggan, kebersihan usaha, kecepatan dan ketepatan dalam melayani serta kepuasan terhadap fasilitas usaha yang dimiliki.

### **2. Penerapan strategi promosi yang efektif**

Strategi promosi pada dealer sampai saat ini masih kurang efektif jadi setelah peneliti melakukan observasi, ataupun wawancara dilapangan kurangnya dibagian promosi ini adalah Endors – Endors, iklan - iklan yang ada diterapkan belum menarik pelanggan maka strategi menurut peneliti yang harus dilakukan ciptakan endors yang menarik konsumen, iklan di facebook, intagram jangan hanya berupa shere foto / pamplet harus disertai video yang menarik daya minat pembeli, dan karyawan atau pegawai dealer harus bisa membuat konten creator tentang merawat motor, memperkenalkan jenis sparepart (suku cadang motor) serta kedatangan produk motor-motor barunya, sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli produk-produk tersebut.

## **PENUTUP**

### **KESIMPULAN**

1. Strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan Berdasarkan hasil keterangan informan diatas dapat disimpulkan bahwa Dealer Haur Kuning Banjarbaru masih dominan menggunakan strategi promosi yang digunakan pada umumnya Hal tersebut disebabkan karena strategi promosi tersebut sangat mudah dilakukan, tidak membutuhkan banyak biaya serta mampu meningkatkan penjualan dealer haur kuning. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan dalam penelitian ini telah memberikan jawaban bahwa dealer motor sangat memperhatikan tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek dan jangka panjang tersebut kemudian disesuaikan dengan strategi promosi yang dilakukan sehingga mampu meningkatkan penjualan. Dengan kata lain, strategi promosi menjadi hal yang sangat penting untuk diprioritaskan oleh dealer motor dalam meningkatkan penjualan usaha perusahaan.
2. Strategi promosi yang harus dilakukan Dealer dalam meningkatkan volume penjualan kegiatan promosi yang dilakukan untuk mendorong efektifitas pembelian konsumen dan pedagang. Promosi penjualan dilakukan dalam rangka meningkatkan penjualan suatu perusahaan. Promosi penjualan memiliki pengaruh dalam menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan salah satu hasil penelitian yang mengatakan bahwa promosi penjualan melalui media online seperti Lazada, shope, tokopedia, website, facebook, whatsapp dan lain-lain dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh Dealer Haur Kuning Banjarbaru meliputi: Potongan harga Potongan harga ( Diskon ) atau bisa secara kredit dengan bayaran adanya bunga beberapa persen dan jangka waktu yang lama dan yang sudah ditetapkan perusahaan merupakan salah satu strategi yang dilakukan dealer haur kuning banjarbaru dalam menarik minat pelanggan. Potongan harga ini diberikan hanya pada hari besar serta hari event-event tertentu dan ketika melakukan pembelian dengan jumlah banyak.

### **SARAN - SARAN**

Berdasarkan pengamatan peneliti mengenai strategi pemasaran produk yang di terapkan PT Haur kuning Banjarbaru, maka adapun saran yang ingin peneliti sampaikan untuk dijadikan bahan pertimbangan pada PT Haur kuning Banjarbaru adalah:

1. Penyampaian informasi produk kepada customer tidak membutuhkan waktu lama sehingga Brand atau merk dari produk lebih dikenal oleh masyarakat, Iklan dilakukan terus-menerus dipangsa pasar yang luas dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang akan memudahkan periklanan, Hubungan dengan customer lebih dekat (kekeluargaan) sehingga akan terjadi penjualan jangka panjang (Repeat Order), Meningkatkan teknologi dan media promosi untuk memudahkan periklanan produk dan promosi bulanan serta pameran atau

event-event yang diadakan sehingga Memaksimalkan promosi melalui media promosi agar dapat menjangkau lebih banyak customer dan pelanggan.

2. Semakin ketatnya persaingan antara pertumbuhan jumlah produk, otomotif agar meningkatkan kualitas produk lebih ditingkatkan lagi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ari, Kurniawan. (2005). *"Analisis Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Toko Eva Elektronik Sragen"*. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Manajemen Pemasaran". Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Dian Yudhiartika. Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan terhadap Kesadaran Merek dan Intensi Membeli pada Produk Kecantikan Pond's. dalam jurnal Buletin Studi Ekonomi Volume 17 No 2 Tahun 2012, h. 142
- Dr.M. Anang Firmansyah, SE.MM (2020). *Ebook Komunikasi Pemasaran*. Cetakan pertama pasuruan, Jawa timur
- Edward, Syafruddin Chan, Shabry. (2017). "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Apple Di Banda Aceh". *Jurnal Manajemen dan Inovasi*. Vol. 8, No. 3. Hal. 24-36.
- Garaik, Winda Feriyan. (2016). "Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta" *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*. Vol. 16, No. 1. Hal. 21-27.
- Ginting, Nembah F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya
- Kanita Maya. (2019). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Buku Penerbit Erlangga Di Kota Palangkaraya*. IAIN Palangkaraya
- Kotler, Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 3 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Nitisemito Alex (2011). *Manajemen Pemasaran Edisi ke dua*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Onny Fitriana Sitorus Novelia Utami (2017) *Ebook Strategi Promosi Pemasaran*, FKIP UHAMKA. Jakarta
- Priccila Natalia dan Mumuh Mulyana. Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian. Dalam jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Volume 2 No. 2 Tahun 2014, h. 127
- Shinta, Sutrisno Djaja, Joko Widodo. (2017). "Strategi Pemasaran Mobil Merk Daihatsu Pada Dealer Daihatsu Jember". *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*. Vol. 11, No. 2.
- Sofjan Assauri (2017) "Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi". Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sterri Nancy, Djurwati Soepeno. (2018). "Strategi Promosi Dan Saluran Distribusi Yang Efektif Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Astra Internasional Tbk. Daihatsu Manado". *Jurnal EMBA*. Vol.6, No.3. Hal. 1088-1097.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Swastha, Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Wahyuni H. (2019). "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa". Skripsi. Makassar, Universitas Negeri Makassar.
- Yatty Rahmawati, (2011). "Strategi Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cv. Junior Motor Kotabaru". Skripsi. UNISKA Banjarmasin.
- Zulkarnain (2012) "Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis Dan Kecakapan Menjual", Yogyakarta : Graha ilmu.