



Volume 1 Nomor 1, Maret 2020

DOI: <https://doi.org/10.37726/>

# Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Di PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta

Mochammad Hamdan

PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta

[hm244726@gmail.com](mailto:hm244726@gmail.com)

## ABSTRAK

Dalam dunia usaha sekarang ini tingkat persaingan antara industri-industri bisnis semakin tajam, tak terkecuali dengan perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia. Dengan semakin majunya teknologi pada era globalisasi ini, setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produksi maupun manajemen pemasaran dengan tujuan memaksimalkan keuntungan-keuntungan sesuai target yang diinginkan oleh setiap perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis telah merambah ke semua sektor usaha (bisnis), sehingga kompetisi yang ada antara perusahaan semakin ketat. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Di PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Di PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta tidak terlepas dari konsep Bauran Pemasaran yaitu : Produk, dimana PT. Sanbe Divisi infus Area Purwakarta unggul dalam kemasan karena menggunakan kemasan softbag. Kemudian dari Harga, Harga produk infusan PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta mampu mengikuti *trend market* sehingga mampu bersaing di *area coverage*. Kemudian dari Distribusi, Responsif distribusi dari PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta terhadap demand/permintaan sangat stabil. Kemudian dari Promosi, Melalui *Personal Selling* oleh *Medical Representative* terhadap Rumah Sakit area Purwakarta secara

JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah), Volume 1, Nomor 1, Maret 2021

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/jammiah/>

ISSN: xxxx-xxxx (Media Online) xxxx-xxxx (Media Cetak)

*maintenance*, sehingga omzet penjualan dari produk infusan PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta selalu stabil bahkan cenderung meningkat dari setiap bulannya.

**Kata kunci** : Bauran Pemasaran, Omzet penjualan.

## **ABSTRACT**

*In today's business world, the level of competition between business industries is getting sharper, no exception with companies in Indonesia. With the advancement of technology in this era of globalization, every company strives to always improve the quality of production and marketing management with the aim of maximizing profits-profits according to the target desired by each company. Increasingly tight competition in the business world has penetrated into all business sectors (businesses), so that the competition between companies is getting tighter. The focus of this research is to find out the Marketing Mix Strategy in increasing sales turnover in PT. Sanbe Purwakarta Area Infusion Division. The results of the analysis showed that the Marketing Mix Strategy In Increasing Sales Turnover In PT. Sanbe Purwakarta Area Infusion Division is inseparable from the concept of Marketing Mix namely: Products, where PT. Sanbe Purwakarta Area Infusion Division excels in packaging because it uses softbag packaging. Then from the Price, The price of infusion products PT. Sanbe Purwakarta Area Infusion Division is able to follow the market trend so that it can compete in the coverage area. Then from Distribution, Responsive distribution from PT. Sanbe Purwakarta Area Infusion Division to demand is verystable. Then from the Promotion, Through Personal Selling by the Medical Representative to the Hospital Purwakarta area on a maintenance basis,so that the sales turnover of infusion products PT. Sanbe Purwakarta Area Infusion Division is always stable and even tends to increase from every month.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Medical Representative, Turnover.*

## **I. PENDAHULUAN**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat sekarang ini, membuat kita untuk lebih membuka diri dalam menerima perubahan-perubahan yang terjadi akibat kemajuan dan perkembangan tersebut<sup>1</sup>. Dalam dunia usaha sekarang ini tingkat persaingan antara industri-industri bisnis semakin tajam, tak terkecuali dengan perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia. Dengan semakin majunya teknologi pada era globalisasi ini, setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produksi maupun manajemen pemasaran dengan tujuan memaksimalkan keuntungankeuntungan sesuai target yang

---

<sup>1</sup> Ngafifi, Muhamad. *Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2014, 2.1.

diinginkan oleh setiap perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis telah merambah ke semua sektor usaha (bisnis), sehingga kompetisi yang ada antara perusahaan semakin ketat<sup>2</sup>.

Penelitian tentang Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dalam meningkatkan Omzet Penjualan sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Rina Rachmawati<sup>3</sup>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peranan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Omzet Penjualan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk makanan untuk menciptakan loyalitas konsumen adalah penggunaan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) yang meliputi *product, price, promotion, dan physical evidence* atau *place*. Penelitian ini hanya mengkaji Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Omzet Penjualan makanan saja. Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Geraldly Tambajong<sup>4</sup>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran dalam hal ini variabel produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan variabel tempat dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan Sepeda Motor Karena itu perusahaan harus bisa mengembangkan strategi dari segi tempat dan promosi antara lain harus bisa menambah dealer Sepeda Motor Yamaha karena lokasi PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado yang bertempat di Jl. Sudirman belumlah strategis. Sedangkan promosi harus lebih ditingkatkan lagi agar volume penjualan sepeda motor bertambah pada PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. Penelitian ini juga hanya berfokus pada penjualan sepeda motor tidak penjualan secara sistemik atau keseluruhan dan bukan penjualan pada alat kesehatan atau sediaan farmasi lainnya.

Penelitian-penelitian sebelumnya banyak mengkaji atau meneliti tentang strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap penjualan barang dan makanan saja tidak dengan Perbekalan alat kesehatan atau sediaan farmasi berupa infusan.

Penelitian ini mengkaji lebih berbeda terkait strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang berpengaruh terhadap omzet penjualan khususnya Sediaan Farmasi berupa Infusan.

---

<sup>2</sup>Hartono, Hendry; Hutomo, Karyana; Mayangsari, Marshelia. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 2012, 3.2: 882-897.

<sup>3</sup>Rachmawati, Rina. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2011, 2.2.

<sup>4</sup>Tambajong, Geraldly. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2013, 1.3.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dalam meningkatkan Omzet Penjualan Di PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang Peranan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam meningkatkan Omzet Penjualan sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Muhammad Irfan Nasution, Muhammad Andi Prayogi, Satria Mirsya Affandy Nasutio<sup>5</sup>. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari bauran pemasaran terhadap kinerja penjualan secara parsial dan simultan. Variabel bauran pemasaran adalah produk, harga, promosi dan tempat. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian ini. Contoh Jumlah penelitian ini 71 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan sample pengambilan, sampel secara acak. Selanjutnya teknik analisis datanya adalah regresi linier berganda. Industri mikro pembuat sepatu di Kecamatan Medan Denai-Indonesia menjadi sasaran dalam penelitian ini.

Selanjutnya penelitian ini dilakukan oleh Andi Faisal Suddin<sup>6</sup>. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran meliputi produk, harga dan distribusi hingga volume penjualan produk broiler di beberapa pasar tradisional di Indonesia kota Makassar (pasar sentral, pasar terong, pasar pa'baeng-baeng, pasar panampu dan daya market). Desain penelitian menggunakan studi *cross sectional* dengan jumlah sampel 100 orang.

Selanjutnya penelitian ini dilakukan oleh Galih Kusnawan, Purwohadi Wijoyo<sup>7</sup>. Hasil analisis menunjukkan bahwa volume penjualan sayuran hidroponik mengalami kenaikan untuk tiap tahunnya. Berdasarkan analisis regresi berganda, efektivitas volume penjualan dipengaruhi oleh strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang terdiri dari: Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi (*Place*). Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan sekarang adalah pembahasan variable yang berhubungan dengan penerapan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap omzet penjualan Infusan PT. Sanbe Infus area Purwakarta.

---

<sup>5</sup>Nasution, Muhammad Irfan; Prayogi, Muhammad Andi; Nasution, Satria Mirsya Affandy. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2017, 1.1: 1-12.

<sup>6</sup>Suddin, Andi Faisal. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk Ayam Pedaging Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Dan Industri Peternakan*, 2013, 1.1.

<sup>7</sup>Kusnawan, Galih; Wijoyo, Purwohadi. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Efektivitas Volume Penjualan Sayuran Hidroponik. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 2008, 8.2: 97.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Di PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta

PT. Sanbe Divisi Infus area Purwakarta yang beralamat di Jl. Perumahan Bukit Panorama Indah Blok A 11 No. 12 Purwakarta yang bergerak dalam bidang Marketing Farmasi menerapkan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang terdiri dari Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi.

##### 1. *Product* (Produk)

Berikut di bawah ini merupakan daftar Produk dari PT Sanbe divisi Infus Area Purwakarta yaitu :

Tabel 3.1

Daftar Produk dari PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta

No	Nama Produk
1	Ringer Lactate
2	Ringer Dextrose
3	Dextrose + Nacl 0,9
4	Dextrose 5% 100ml
5	Dextrose 5% 250ml
6	Ringer Acetate
7	Ringer Lactate + Maltose 5%
8	Aa 5% ( Bcaa 14,8 ), Electrolit & Vitamin
9	Aa 2,72% (Bcaa 27,5%), Sorbitol 5%
10	Dextrose 5% + 0,225 Nacl
11	Maltose 10%
12	Larutan Electrolit Na 38.5, Cl 38.5, Dextrosa 37.5
13	Larutan Electrolit Na 60, K 10, Cl 50, Laktat 20, Dextrosa 27
14	Larutan Electrolit Na 50, K 20, Cl 50, Laktat 20, Dextrosa 27
15	Larutan Electrolit Na 50, K 20, Cl 50, Laktat 20, Dextrosa 100
16	Ringer Acetate + Sorbitol 5%
17	Larutan Mengandung Lipid, Kemasan 100 ml - Lipomed 20% Mct/Lct
18	Larutan Mengandung Lipid, Kemasan 250 ml - Lipomed 20% Mct/Lct
19	Dextrose 5% + 0,45 Nacl

Adapun keunggulan dari Produk PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta yaitu :

Tabel 3.2

Keunggulan Dari Produk PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta

JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah), Volume 1, Nomor 1, Maret 2021

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/jammiah/>

ISSN: xxxx-xxxx (Media Online) xxxx-xxxx (Media Cetak)



No	Kelebihan Produk
1	Penutup horizontal
2	Kemasan softbag dapat efisien dalam penyimpanan
3	Warna dan label yang merekat pada kemasan
4	Tanda lingkaran merah yang menempel kuat pada kemasan
5	Kemasan menggunakan bahan yang transparan
6	Produk infus pertama di Indonesia yang menerapkan sterilisasi pada suhu 121 <sup>o</sup> C selama 15 menit

## 2. Price (Harga)

Berikut di bawah ini merupakan daftar harga persatuan dari Produk PT. Sanbe divisi Infus Area Purwakarta yaitu :

Tabel 3.3

Daftar Harga Produk Dari PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta

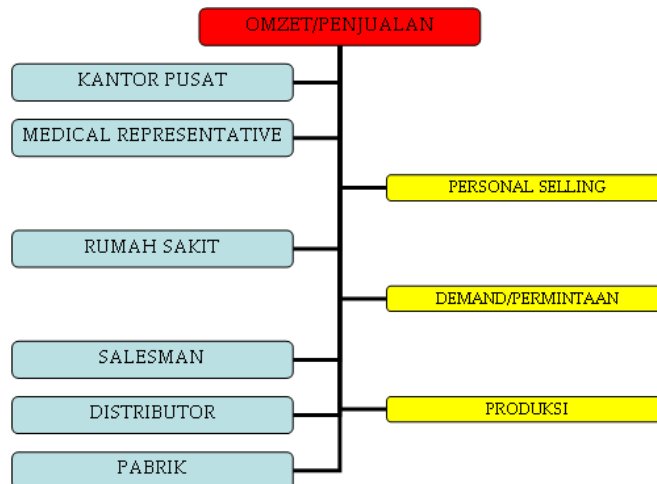
No	Nama Produk	Harga
1	Ringer Lactate	Rp.17,950
2	Ringer Dextrose	Rp.18,900
3	Dextrose + Nacl 0,9	Rp.18,650
4	Dextrose 5% 100ml	Rp.17,850
5	Dextrose 5% 250ml	Rp.17,750
6	Ringer Acetate	Rp.20,500
7	Ringer Lactate + Maltose 5%	Rp.91,600
8	Aa 5% ( Bcaa 14,8 ), Electrolit & Vitamin	Rp.20,000
9	Aa 2,72% (Bcaa 27,5%), Sorbitol 5%	Rp.21,550
10	Dextrose 5% + 0,225 Nacl	Rp.21,550
11	Maltose 10%	Rp.23,500
12	Larutan Electrolit Na 38.5, Cl 38.5, Dextrosa 37.5	Rp.58.550
13	Larutan Electrolit Na 60, K 10, Cl 50, Laktat 20, Dextrosa 27	Rp.72,900
14	Larutan Electrolit Na 50, K 20, Cl 50, Laktat 20, Dextrosa 27	Rp.112,000
15	Larutan Electrolit Na 50, K 20, Cl 50, Laktat 20, Dextrosa 100	Rp.72,150
16	Ringer Acetate + Sorbitol 5%	Rp.127,600
17	Larutan Mengandung Lipid, Kemasan100 ML - Lipomed 20% Mct/Lct	Rp.231,950
18	Larutan Mengandung Lipid , Kemasan 250 ML - Lipomed 20% Mct/Lct	Rp.18,750
19	Dextrose 5% + 0,45 Nacl	Rp.18,650

### 3. Place (Tempat/Distribusi)

Berikut di bawah ini merupakan alur distribusi agar terjadinya omzet/penjualan dari Produk PT. Sanbe divisi Infus Area Purwakarta yaitu :

Bagan 3.1

Alur Distribusi Agar Terjadinya Omzet/Penjualan Dari Produk PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta



Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa alur distribusi produk infusan PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta agar adanya omzet penjualan berawal dari peran kantor pusat yang memberikan tugas kepada *Medical representative* untuk kemudian melakukan *personal selling* dengan Rumah Sakit sehingga terjadinya *demand/permintaan* terhadap salesman dan distributor, kemudian pihak distributor melakukan *follow up* ke pabrik untuk koordinasi ketersediaan stok infusan sehingga dari *demand/permintaan* tersebut lah yang mengharuskan pabrik untuk selalu memproduksi infusan agar *demand/permintaan* Rumah sakit bisa terpenuhi dan omzet penjualan infusan terus meningkat.

### 4. Promotion (Promosi)

PT. Sanbe divisi Infus Area Purwakarta melakukan strategi *promotion* sebagai media perkenalan dan penjualan kepada konsumen khususnya Rumah Sakit, dalam kegiatan promosi tersebut PT. Sanbe Infus Area Purwakarta melalui *Medical Representative* melakukan promosi dengan cara *personal selling* (Penjualan tatap muka) Yakni usaha perusahaan dalam meningkatkan penjualan melalui perantara seorang Medical Representative yang kompeten di bidang penjualan dan pemasaran produk infus.

PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta memiliki *Medical Representative* sebagai tenaga penjual dalam bidang penjualan dan pemasaran produk infus yang sangat kompeten dengan berbagai macam *style* dan kemampuan yang di miliki, sehingga

dapat secara cepat menyesuaikan keadaan pasar, konsumen dan keadaan yang terjadi pada perusahaan. Sehingga secara cepat pula tenaga penjual tersebut mampu mengetahui seberapa besar minat dan keinginan calon konsumen akan produk perusahaan yang dia tawarkan.

Berikut di bawah ini merupakan Tabel Kegiatan promosi pada saat PKL di PT. Sanbe divisi Infus Area Purwakarta yaitu :

Tabel 3.3

## Kegiatan Promosi Pada Saat PKL Di PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta

Hari	Tanggal	Jam	Tempat	Kegiatan
Kamis	10/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Asri	Kunjungan / Detailing
Jumat	11/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Siloam	Kunjungan / Detailing
Sabtu	12/09/2020	08.00 s/d 12.00	Kantor	Laporan Mingguan
Senin	14/09/2020	08.00 s/d Selesai	Kantor	Pembuatan ReKun
Selasa	15/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Radjak	Kunjungan / Detailing
Rabu	16/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Ramahadi	Kunjungan / Detailing
Kamis	17/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Asri	Kunjungan / Detailing
Jum'at	18/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Siloam	Kunjungan / Detailing
Sabtu	19/09/2020	08.00 s/d 12.00	Kantor	Laporan Mingguan
Senin	21/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Radjak	Kunjungan / Detailing
Selasa	22/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Ramahadi	Kunjungan / Detailing
Rabu	23/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Asri	Kunjungan / Detailing
Kamis	24/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Ramahadi	Kunjungan / Detailing
Jum'at	25/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Siloam	Kunjungan / Detailing
Sabtu	26/09/2020	08.00 s/d 12.00	Kantor	Laporan Mingguan
Senin	28/09/2020	08.00 s/d Selesai	Kantor	Pembuatan ReKun
Selasa	29/09/2020	08.00 s/d Selesai	RS Radjak	Kunjungan / Detailing
Rabu	30/09/2020	08.00 s/d Selesai	Kantor	Closing Bulanan
Kamis	01/10/2020	08.00 s/d Selesai	Kantor	Laporan awal Bulan
Jum'at	02/10/2020	08.00 s/d Selesai	Kantor	Laporan awal Bulan
Sabtu	03/10/2020	08.00 s/d 12.00	Kantor	Laporan Mingguan
Senin	05/10/2020	08.00 s/d Selesai	Kantor	Pembuatan ReKun
Selasa	06/10/2020	08.00 s/d Selesai	RS Asri	Kunjungan / Detailing
Rabu	07/10/2020	08.00 s/d Selesai	RS Ramahadi	Kunjungan / Detailing
Kamis	08/10/2020	08.00 s/d Selesai	RS Siloam	Kunjungan / Detailing
Jum'at	09/10/2020	08.00 s/d Selesai	RS Asri	Kunjungan / Detailing
Sabtu	10/10/2020	08.00 s/d 12.00	Kantor	Laporan Mingguan



#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil data yang diteliti oleh penulis mengenai Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dalam meningkatkan Omzet Penjualan Di PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dalam meningkatkan Omzet Penjualan Di PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta tidak terlepas dari konsep Bauran Pemasaran 4P yaitu :

a. *Product* (Produk)

Dimana PT. Sanbe Divisi infus Area Purwakarta unggul dalam kemasan karena menggunakan kemasan softbag

b. *Price* (Harga)

Harga produk infusan PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta mampu mengikuti *trend market* sehingga mampu bersaing di *area coverage*

c. *Place* (Distribusi)

Responsif distribusi dari PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta terhadap *demand/permintaan* Rumah Sakit sangat stabil, karena selalu memenuhi *demand/permintaan* dari Rumah Sakit tersebut. Sehingga PT. Sanbe divisi Infus Area Purwakarta menjadi *Market Leader* di *Area covarage*

d. *Promotion* (Promosi)

Peran dari *Medical Representative* dari PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta sangat vital karena menjadi ujung tombak perusahaan sekaligus duta perusahaan. Melalui *Personal Selling* terhadap Rumah Sakit area Purwakarta secara *maintenance*, sehingga omzet/penjualan dari produk infusan PT. Sanbe Divisi Infus Area Purwakarta selalu stabil bahkan cenderung meningkat dari setiap bulannya.

#### V. DAFTAR PUSTAKA

##### Artikel Jurnal

Hartono, Hendry; Hutomo, Karyana; Mayangsari, Marshelia. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 2012, 3.2.

Kusnawan, Galih; Wijoyo, Purwohadi. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Efektivitas Volume Penjualan Sayuran Hidroponik. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 2008, 8.2.

Nasution, Muhammad Irfan; Prayogi, Muhammad Andi; Nasution, Satria Mirsya Affandy. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2017, 1.1.

JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah), Volume 1, Nomor 1, Maret 2021

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/jammiah/>

ISSN: xxxx-xxxx (Media Online) xxxx-xxxx (Media Cetak)

- Ngafifi, Muhamad. Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2014, 2.1.
- Rachmawati, Rina. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2011, 2.2.
- Suddin, Andi Faisal. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk Ayam Pedaging Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Dan Industri Peternakan*, 2013, 1.1. Nasution, Muhammad Irfan; Prayogi, Muhammad Andi; Nasution, Satria Mirsya Affandy. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2017, 1.1.
- Tambajong, Gerald. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2013, 1.3.