

**STRATEGI PENJUALAN PRODUK ALAT KESEHATAN PADA
PT. MENDJANGAN PALEMBANG**

LAPORAN AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Menyelesaikan Pendidikan Program DIII
Jurusan Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh :

MUHAMMAD PRAYOGA

NPM 2001150006

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2023

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PALEMBANG


HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama : Muhammad Prayoga
Nomor Pokok : 2001150006
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Jenjang : Diploma Tiga (DIII)
Judul Laporan Akhir : Strategi Penjualan Produk Alat Kesehatan
Pada PT. Mendjangan Palembang

Pembimbing Laporan Akhir :


Tanggal : 12-10-2023

Pembimbing I :


Hj. Noviarni, SE. M. Si
NIDN.0221116101

Tanggal : 12-10-2023

Pembimbing II :


Baidowi Abdhie, SE. MP
NIDN.0210116101

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,


Tanggal : 12-10-2023

Ketua Program Studi,

Tanggal : 12-10-2023



Dr. Msy. Mikial, SE, MSI, AK, CA, CSRS
NIDN.0205026401


Suharti, SE, MM
NIDN.0220086501


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

Nama : Muhammad Prayoga
Nomor Pokok : 2001150006
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Jenjang : Diploma Tiga (DIII)
Judul Laporan Akhir : Strategi Penjualan Produk Alat Kesehatan
Pada PT. Mendjangan Palembang


Penguji Laporan Akhir :
Tanggal : 12-10-2023

Ketua Penguji I :


Hj. Noviarni, SE. M. Si
NIDN.0221116101


Tanggal : 12-10-2023

Penguji I :


Baidowi Abdhie, SE. MP
NIDN.0210116101

Tanggal : 10/10/23

Penguji II :


Nyayu Khairani Putri, SE. M. Si
NIDN.0211029501

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,
Tanggal : 12-10-2023




Dr. Msy. Mikhal, SE, MSI, AK, CA, CSRS
NIDN.0205026401

Ketua Program Studi,
Tanggal : 12-10-2023


Suharti, SE, MM
NIDN.020086501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Ada orang yang hanya dengan melihatnya tersenyum, rasanya seluruh beban di pundakku terangkat,

Orang itu kupanggil IBU”

Kupersembahkan Kepada:

- *Untuk Kedua orang tua tercinta, Bapak Sudyono dan Ibu Sri Subakti yang selalu memberikan doa dan motivasi sepenuhnya.*
- *Untuk Kakak-Adik tercinta Putri Indah Sudiarti dan Muhammad Prayogi yang selalu memotivasi*
- *Untuk Dosen Pembimbing dan Pendidik Universitas Tridinanti Palembang*
- *Untuk teman-teman seperjuangan Manajemen Pemasaran Angkatan 2020*

ABSTRAK

Muhammad Prayoga. NPM : 2001150006. Strategi Penjualan Produk. Studi Kasus PT. Mendjangan Palembang. Dibawah Bimbingan Ibu Hj. Noviarni SE., M.Si dan Bapak Baidowi Abdhie SE., MP.

PT. Mendjangan adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang farmasi yang berdiri pada tahun 1990, terletak di Jl. Mayor Ruslan No. 35A Palembang. Sebagai penyedia layanan distribusi terpercaya, menyalurkan produk alat kesehatan tersebut melalui penjualan ke instansi Rumah Sakit.

Strategi Penjualan merupakan faktor penting dalam proses memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan dan juga suatu cara memberikan informasi kepada masyarakat tentang barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan.

Adapun dari penelitian ini adalah mengetahui Strategi Penjualan Produk Alat Kesehatan Pada PT. Mendjangan Palembang. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, dapat diambil kesimpulan bahwa Strategi Penjualan yang dilakukan oleh PT. Mendjangan meliputi : Persiapan sebelum penjualan, Penentuan target lokasi pembeli, Pendekatan pendahuluan, Melakukan penjualan, dan Pelayanan sesudah penjualan.

Kata Kunci : Strategi Penjualan, Produk

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Prayoga
NPM : 2001150006
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : D.III Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Penjualan Produk Alat Kesehatan Pada
PT. Mendjangan Palembang

Menyatakan bahwa Laporan Akhir ini telah ditulis dengan sungguh-sungguhnya dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 4 Oktober 2023

Penulis,



Muhammad Prayoga

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala Puji dan syukur, hanya ditujukan kehadiran Allah, kepadanya kita memanjakan pujian, memohon pertolongan dan ampunan, serta dan keburukan amal perbuatan kita. Barang siapa diberi petunjuk oleh Allah, niscaya tidak akan ada yang dapat menyesatkan petunjuk kepadanya. Aku bersaksi bahwa tidak ada ilahi yang berhak diibadahi selain Allah semata, tidak ada sekutu baginya, dan aku juga bersaksi bahwa Muhammad adalah hamba dan Rasul-Nya Amma Ba'dua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih jauh dari kata sempurna, baik penyusunan penulisan maupun isinya. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang penulis miliki.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah berjasa membimbing, mengarahkan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan proposal ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati yang tulus ikhlas penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS, selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E. M.Si.AK.CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Suharti, S.E, MM, selaku Ketua Jurusan D.III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.

4. Ibu Hj. Noviarni, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberikan dan bantuan hingga selesainya penyusunan Laporan Akhir.
5. Bapak Baidowi Abdhie, S.E, M.P, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberikan bantuan hingga selesainya penyusunan Laporan Akhir.
6. Ibu Alinadia, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.
7. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang yang telah memberikan ilmu dan pengarahan kepada penulis.
8. Ayahanda Sudiyono dan Ibu Sri Subakti, serta Kakak Perempuan Putri Indah Sudiarti dan Adik Laki-laki Muhammad Prayogi, Terima Kasi atas dukungan, dorongan, semangat, dan perhatian baik moral dan finansial, serta doa restu yang tulus untuk ananda sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan baik.
9. Ibu Evi Yulia Kusni, selaku Pimpinan PT. Mendjangan Palembang beserta Staf yang telah memberikan motivasi baik secara moral maupun material selama pendidikan dan semua pihak yang selalu mendukung dalam penyelesaian Laporan Akhir ini. Penulis berharap semoga segala bentuk bantuannya mendapatkan balasan dan berkah dari Allah SWT.
10. Semua Teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen Pemasaran, Semoga Allah SWT memberikan balasan atas semua keajaiban kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam masa perkuliahan dan masa proses penyelesaian Laporan Akhir.

Tidak ada yang dapat penulis berikan kepada mereka selain iringan doa yang tulus dan ikhlas semoga amal baik mereka semua di terima dan mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT.

Palembang, 31 Juli 2023

Muhammad Prayoga

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
RIWAYAT HIDUP	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
1.4 Metode Penelitian.....	6
1.4.1 Objek Penelitian.....	6
1.4.2 Metode Penelitian	6
1.4.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9

2.1 Strategi.....	9
2.1.1 Pengertian Strategi.....	9
2.1.2 Unsur-unsur strategi.....	12
2.1.3 Fungsi Strategi	14
2.1.4 Tahapan Penyusunan Strategi	15
2.2 Penjualan	17
2.2.1 Pengertian Penjualan.....	17
2.2.2 Tujuan Penjualan	18
2.2.3 Jenis-jenis Penjualan.....	20
2.2.4 Dokumen-Dokumen Penjualan.....	21
2.2.5 Bagian-Bagian Penjualan.....	22
2.3.4 Tahap-tahap penjualan.....	23
2.3.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	24
2.3.6 Proses Penjualan	26
2.4 Produk.....	28
2.4.1 Klasifikasi Produk.....	28
2.5 Saluran Distribusi	30
2.5.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi	32
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	36
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
3.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	38
3.2.1 Struktur Organisasi	38
3.2.2 Kegiatan Umum Perusahaan.....	42
3.2.3 Produk-produk yang ditawarkan.....	46
3.2.4 Aktivitas Pekerjaan.....	47

BAB IV PEMBAHASAN.....	54
4.1 Upaya-upaya Meningkatkan Volume Penjualan.....	54
4.1.1 Kebijakan Produk	57
4.1.2 Kebijakan Harga	58
4.1.3 Kebijakan Distribusi	58
4.1.3 Kebijakan Promosi.....	59
4.2 Analisis Bauran Pemasaran Produk.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

TABEL

4.1 Harga Setiap Produk	61
-------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

3.1 Struktur Organisasi PT. Mendjangan	39
3.2 Contoh Faktur Penjualan	48
3.3 Proses Pengantaran Barang	50
3.4 Proses <i>Purchase Order</i>	51

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Prayoga, dilahirkan di Palembang pada tanggal 18 Januari 2002 dari Ayah Sudiyono dan Ibu Almh. Sri Subakti. Anak ke dua dari tiga bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2012 SD Negeri 50 Palembang. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2015 di SMP Negeri 29 Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2019 di SMA Negeri 7 Palembang. Pada tahun 2020 memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 02 Agustus 2023

Muhammad Prayoga

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa globalisasi manusia banyak memanfaatkan alat-alat canggih untuk memperingankan pekerjaan, serta mempercepat pekerjaan yang dijalankan. Alat kesehatan meliputi barang, instrumen atau alat lain yang termasuk tiap komponen, bagian atau perlengkapannya yang diproduksi, dijual, atau dimaksudkan untuk digunakan dalam pemeliharaan dan perawatan, diagnosis, pemulihan, perbaikan, penyembuhan dan lain-lain (Hartono, 1985). Peralatan kesehatan merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam menyelenggarakan pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Pelayanan kesehatan berkesinambungan perlu didukung dengan baik.

Dengan demikian keberhasilan perusahaan dalam melakukan kegiatan produksi sangat bergantung dari efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam pemanfaatan faktor-faktor produksi sebagai masukan (input). Faktor-faktor tersebut harus dikelola dan dikombinasikan dengan tepat sehingga mampu meningkatkan hasil produksi atau setidaknya dapat memenuhi target produksi yang telah direncanakan.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam program pemasarannya sangat ditunjang oleh penjualan perusahaan tersebut. Artinya penjualan memegang posisi sentral untuk meraih keberhasilan. Penjualan yang dilakukan secara baik dapat

memberikan efek jangka panjang dan dapat mempertahankan eksistensi usaha dimasa yang akan datang.

Menurut Kertajaya (Williy & sugiono 2013:2) “Penjualan adalah bagaimana menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui produk atau jasa perusahaan, dalam hal ini penjualan berarti sebuah taktik yang dapat mengintegrasikan perusahaan, pelanggan, dan relasi antara keduanya.”

Menurut Mulyadi dalam (Asrianti dan Bake, 2014) “Penjualan adalah barang yang diproduksi dan dijual perusahaan tersebut. Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh menjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut.”

Tujuan perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan tercapai maka perusahaan harus mempunyai cara atau metode yang digunakan sebagai pedoman terutama dalam bidang penjualan. Caranya ialah dengan menetapkan harga, promosi, serta saluran distribusi terhadap barang dan jasa bisa memberikan kepuasan kepada konsumen. Berdasarkan beberapa strategi pemasaran tersebut, harga merupakan bagian penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. Menurut dalam Pertiwi dan Sari (2013:15) “Mendefinisikan volume penjualan merupakan penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu.”

Dalam pemasaran pada umumnya berkaitan dengan harga dari suatu produk. Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Penetapan

harga merupakan persoalan penting bagi perusahaan, dan masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut.

Penetapan harga bertujuan untuk memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada sebuah perusahaan untuk penetapan posisi produk berdasarkan kualitas. Menurut Bashu swastha (Riyono & Budiharja, 2016:100) “Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual . penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dengan mempertimbangkan faktor-faktor biaya, laba, persaingan, dan perubahan keinginan pasar.”

Memasarkan produk kepada konsumen merupakan salah satu kegiatan yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan. Untuk memasarkan produk, perusahaan harus mampu menetapkan harga dengan baik sehingga produk yang dipasarkan dapat bersaing dengan produk lainnya. Harga merupakan hal penting yang harus dilakukan agar target penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai.

Strategi penjualan adalah faktor penting dalam proses memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan dan juga suatu cara memberikan informasi kepada masyarakat tentang barang atau jasa yang dihasilkan sebuah perusahaan. Strategi penjualan juga berarti seluruh aktivitas yang mengkomunikasikan dan memandu suatu perusahaan dalam kegiatan penjualan suatu produk. Oleh karena

itu, perusahaan selalu menyusun strategi penjualan sebaik mungkin agar barang yang dipasarkan dapat diterima dengan baik.

PT. Mendjangan adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang alat medis yang terletak di Jl. Mayor Ruslan 35 A Palembang. Pengelolaan data gudang di PT. Mendjangan masih dilakukan manual seperti pada bagian gudang saat melakukan pendataan peralatan alat kesehatan, di mana setiap peralatan yang masuk dari *Supplier* akan dicatat secara manual, seperti nama, jumlah, dan harga alat kesehatan. Akibatnya data-data tersebut cukup sulit ketika dicari. Kemudian untuk memberikan laporan kepada atasan tentang stok dilakukan dengan cara menyalin data alat kesehatan yang tersedia digudang.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis penulis memilih judul laporan akhir tentang “Strategi Penjualan Produk Alat Kesehatan Pada PT. Mendjangan Palembang”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam laporan ini adalah “Bagaimana strategi penjualan alat kesehatan pada PT. Mendjangan Palembang”

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk mengetahui strategi penjualan produk alat kesehatan pada PT. Mendjangan Palembang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penulis berharap dari penelitian yang penulis lakukan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

- a. Memberikan pengetahuan dan wawasan pada bidang ilmu strategi penjualan dan belajar mengenai dinamika dan kondisi nyata di dunia kerja.
- b. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya (Amd) pada Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang

2. Bagi Perusahaan

- a. Memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan mengenai konsep strategi penjualan dan perusahaan dapat melihat potensial mahasiswa di perusahaan tersebut.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perusahaan PT.Mendjangan Palembang yang terletak di Jalan Mayor Ruslan 35A Palembang. Adapun alasan penulis memilih lokasi penelitian ini karena PT. Mendjangan merupakan salah satu pusat distributor alat-alat medis kesehatan dan untuk mengetahui bagaimana pihak perusahaan menata produk. Jadi penulis ingin mengetahui strategi penjualan untuk meningkatkan minat beli konsumen dalam melakukan pembelian di perusahaan tersebut.

1.4.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Study Kasus, yaitu dengan memusatkan penelitian secara mendalam dan intensif pada objek yang di teliti.

1.4.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan dapat dikelompokkan menjadi:

1. Data primer

Data ini dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti. Untuk mendapatkan data primer dilakukan dengan cara:

a. Observasi

Yaitu dengan melakukan pengamatan data dan pencatatan secara sistematis terhadap kegiatan yang ada untuk memperoleh hasil yang sesuai dengan saran

b. Komunikasi Langsung

Dalam penelitian mengadakan tanya jawab langsung yang dilaksanakan secara sistematis dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah di siapkan untuk diajukan ke bagian-bagian tertentu yang berhubungan dengan penelitian laporan tugas akhir.

2. Data Sekunder

Data ini telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh seseorang di luar penyelidikan sendiri. data ini sudah dikumpulkan oleh pihak lain dengan tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan akhir ini terdiri dari lima bab yang masing-masing terdiri dari sub-sub yang berhubungan erat satu dengan lainnya.

Uraian ringkas dari bab tersebut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan adalah pernyataan tentang masalah penelitian. Penyajian bagian pendahuluan untuk mengantarkan masalah penelitian ilmiah harus didahului dengan ungkapan pengantar menggunakan bahasa yang jelas. Oleh karena itu, bab ini terdiri dari beberapa sub-sub yaitu, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori keilmuan, prinsip-prinsip, asumsi yang mendasari permasalahan yang diamati.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bagian gambaran umum dan objek penelitian menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan, sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, pembagian tugas dan aktivitas perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dikemukakan pembahasan atau analisa terhadap permasalahan penelitian dengan menggunakan teknik analisa.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang telah diambil dari hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, thamrin dan Tantri francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Abdullah, Thamrin. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing. 17th red.* New York.
- Anthony, W.P, Parrewe, P. L, and Kacmar. (2013). *Strategic Human Resource Management*. Orlando: Harcourt Brace and company
- Asrianti, Bake. (2014). *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Penjualan PT Astra International Tbk. Cabang Kendari, Personal Selling, Publisitas, Tingkat penjualan*. Jurnal Ilmiah, 1-11.
- Basu Swastha dan Irawan, (2005). *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi : Konsep*. Jakarta: Salemba Empat edisi 12.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Hartono. (1985). *Mengenal Alat-alat Kesehatan & Kedokteran*. Jakarta: Depot Informasi Obat
- Husein, Umar. 2010. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ismaya, Pertiwi dan Sari.(2013). *Pemasaran Volume Penjualan*.
- Nafarin, M.(2009). *Penganggaran Perusahaan*,Jakarta : Salemba Empat.
- Purwanto, Ngalim. (2006). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Riyono, & Budiharja. (2016). *Pengaruh Kualitas , Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua*. Jurnal STIE Semarang, Vol 8, NO. 2, Edisi Juni 2016 , 101.
- Tommy Zulkarnaim dan Triyonowati. (2015). *Pengaruh Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.4, no.7, hal.1-22.

Sarwono. (2011). *Psikologi Remaja. Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Williy dan Sugiono, Kertajaya (2013:2). *Definisi Penjualan Edisi Pertama*, BPFE: Yongyakarta.

Zikmund, W. G., & Babin, B. J. (2011). *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Salemba Empat, Jakarta.