

Vol. 2 • No. 2 • Juli 2022

Page (Hal.) : 364 – 370

ISSN (online) : 2746 - 4482

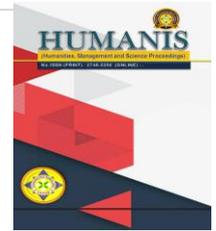
ISSN (print) : 2746 - 2250

© LPPM Universitas Pamulang

JL. Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : humanisproceedings@gmail.com



Special Issue :

Webinar Nasional
HUMANIS 2022

Website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Mobil Bekas (CV Bunda Motor Tangerang)

Alifian Yuliarsono

Universitas Pamulang, Indonesia

Email : alifianyuliarsono@gmail.com

Abstract. This research uses Qualitative description analysis method by interview, observation and documentation, IFA (Internal Factor Analysis) and EFA (External Factor Analysis) Matrix, SWOT (Strength Weakness Opportunity, Threat) Analysis, and QSPM (Quantitative Strategy Planning Matrix) Method based on interview result, the suitable 5S method to improve quality of product, should be implemented in this company. There are 3 locations to classify warehouses. They are : Rejected Area, Tools Warehouse, and Spare Part Warehouse. There are 5 SOP (Standard Operation Procedure) applied, those are : SOP of Used Car Clean Up, SOP of Used Car Receiving, SOP of Rejected Area Stock Arrangement, SOP of Spare Part Warehouse Arrangement, SOP of Tools Warehouse Arrangement. Regarding the all SOP. Related to each SOP, the Forms for Check List are provided. IFA and EFA Matrix shows that the company is in quadrant V (middle). By QSPM we find 7 Task Alternative Strategies which can be implemented, those are : Improvement of product quality, Improvement of promotion, Improvement of showroom place quality, Keeping good relationship with Leasing, Increasing quantity the favourite types, Keeping good relationship with consumer to get references, Selective in used car purchasing.

Keywords: Marketing Strategy; 5S ; Used car

Abstrak. Penelitian ini menggunakan Metode analisis deskriptif kualitatif dengan melaksanakan wawancara, observasi dan dokumentasi, Matriks IFA (Internal Factor Analysis) dan EFA (External Factor Analysis), Analisis SWOT (Strength Weakness Opportunity, Threat), dan Metode QSPM (Quantitative Strategy Planning Matrix). Berdasarkan hasil wawancara, metode 5S yang lebih tepat untuk meningkatkan kualitas produk, perlu diterapkan di perusahaan ini. Penerapan pembagian area penyimpanan barang dibagi 3 tempat, yaitu : Area Pemilahan, Gudang Peralatan, dan Gudang Spare Part. Ada 5 SOP (Standard Operation Procedure) yang diterapkan, yaitu : SOP Pembersihan Mobil, SOP Penerimaan Mobil Masuk, SOP Pengaturan Stok Area Pemilahan, SOP Penataan Gudang Spare Part, SOP Penataan Gudang Peralatan. Sehubungan dengan SOP tersebut, masing-masing juga dibuatkan formulir pemindaian (check list). Pada Matriks IFA dan EFA, perusahaan berada pada kuadran V (sedang). Dari Metode QSPM diperoleh 7 urutan alternatif strategi yang dapat dilaksanakan oleh perusahaan adalah : Peningkatan kualitas produk, Peningkatan promosi, Peningkatan kualitas tempat showroom, Menjaga hubungan baik dengan Leasing, Penambahan jenis yang diminati, Hubungan baik dengan konsumen supaya mereferensikan, Selektif pada pembelian mobil.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran ; 5S ; Mobil bekas

PENDAHULUAN

Untuk lebih meningkatkan penjualan mobil, maka pihak perusahaan biasanya memperhatikan strategi bauran pemasaran dimana bauran pemasaran salah satunya terdiri dari produk (Product) dan harga (Price). Kedua faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil yang ditawarkan oleh perusahaan – perusahaan otomotif di Tangerang, salah satunya yaitu Showroom CV Bunda Motor Tangerang. Strategi menjadi peran yang sangat penting bagi Showroom ini dalam usahanya mencapai keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan teratur tentang apa yang harus dilakukan oleh perusahaan dan menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar. Menurut Kotler dan Keller (2012), desain yang baik bagi perusahaan merujuk pada kemudahan dalam pembuatan dan distribusi. Hal inilah yang membuat konsumen sangat berhati-hati dalam memilih desain dan spesifikasi kendaraan yang akan dibelinya. Oleh karena itu, CV Bunda Motor Tangerang menerapkan Metode 5S (Five S) dari mobil-mobil bekas datang di bengkel dan selama di showroom, diharapkan konsumen memperoleh kenyamanan saat memakai produk dengan kualitas yang baik.

KAJIAN LITERATUR

Manajemen

Pengertian manajemen secara luas (definisi) banyak sekali, tetapi definisi-definisi yang ada tersebut secara garis besar memiliki unsur-unsur yang hampir sama. Manajemen secara umum diartikan sebagai suatu proses yang di dalamnya secara garis besar tercakup fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, dan pengevaluasian. Atau secara sederhana fungsi-fungsi tersebut dikategorikan ke dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dan perwujudan, pemberian harga, promosi, dan distribusi dan barang-barang, jasa, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Menurut Kotler (2009 :5) : Menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. **Kualitas** adalah totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau bersirat.

Bauran Pemasaran

(*Marketing Mix*) menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 27) adalah seperangkat alat pemasaran terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Philip Kotler dan Kevin Keller (2012 : 15) juga mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran perusahaan menggunakan untuk mengejar tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan-kemungkinan yang dilakukan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang dikenal dengan “Empat P”: Product (produk), price (harga), place (distribusi), dan promotion (promosi).

Manajemen Strategi

Manajemen strategi sangat penting bagi semua jenis organisasi karena pada dasarnya tujuan dari pendalaman disiplin manajemen strategi adalah membantu perusahaan menemukan jalan untuk memperbaiki kinerjanya. Armstrong dan Kotler (2012) berpendapat bahwa pengertian analisis SWOT merupakan penilaian menyeluruh yang dilakukan terhadap kekuatan, peluang, kelemahan dan juga ancaman suatu perusahaan. Kegiatan analisis ini

sangat diperlukan agar perusahaan bisa menentukan strategi yang akan dilakukan perusahaan. .

Tahapan 5S sebagai berikut :

1. **Seiri (Ringkas – Sisih – Keteraturan - Pemilahan - Sort)**
Merupakan langkah awal dalam menjalankan budaya 5S, yaitu membuang/menyortir/menyingskirkan barang-barang, file-file yang tidak digunakan lagi ke tempat pembuangan. Semua barang yang ada di lokasi kerja, hanyalah barang yang benar-benar dibutuhkan untuk aktivitas kerja.
2. **Seiton (Rapi – Susun – Kerapian – Penataan - Set In Order)**
Setelah menyortir semua barang atau file yang tidak dipergunakan lagi, pastikan segala sesuatu harus diletakkan sesuai posisi yang ditetapkan, sehingga selalu siap digunakan pada saat diperlukan.
3. **Seiso (Resik – Sapu – Kebersihan – Pembersihan – Shine)**
Setelah menjadi rapi, langkah berikutnya adalah membersihkan tempat kerja, ruangan kerja, peralatan dan lingkungan kerja. Tumbuhkan pemikiran bahwa kebersihan merupakan hal yang fatal dalam kehidupan, jika kita tidak menjaga kebersihan, lingkungan akan menjadi kotor dan menjadi faktor utama terjangkitnya penyakit tidak nyaman. Menyebabkan berkurangnya produktivitas dan berakibat banyak kerugian. Lakukanlah pembersihan harian, pemeriksaan kebersihan dan pemeliharaan kebersihan.
4. **Seiketsu (Rawat– Seragam– Kepatuhan– Pemantapan– Standardized)**
Tahap ini dapat juga disebut tahap perawatan, merupakan standarisasi dan konsistensi dari masing-masing individu untuk melakukan tahapan-tahapan sebelumnya.
5. **Shitsuke (Rajin – Senantiasa – Kedisiplinan – Pembiasaan – Sustain)**
Pemeliharaan kedisiplinan pribadi meliputi suatu kebiasaan dan pemeliharaan program 5S yang sudah berjalan. Bila berada pada posisi sebagai atasan, buatlah standarisasi 5S serta berikan pelatihan 5S, agar seluruh karyawan perusahaan dapat mengerti akan kegunaan dari 5S sebagai dasar kemajuan perusahaan, karena dengan menerapkan 5S yang praktis dan ringkas bertujuan pada efisiensi, pelayanan yang baik, keamanan bekerja serta peningkatan produktivitas dan profit. (Suwondo, Chandra. 2012)

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat penelitian adalah di CV Bunda Motor, Tangerang. Waktu penelitian dari tanggal 28 Juni 2020 hingga 20 September 2020. Dalam penelitian kualitatif ini mengumpulkan data dengan wawancara, observasi, dan focus group. Metode Matriks IFA (Internal Factor Analysis) dan EFA (External Factor Analysis) .Metode Analisis SWOT (Strength Weakness Opportunity Threat) ini digunakan untuk pencocokan dan mencari strategi Metode QSPM (Quantitative Strategy Planning Matrix) ini digunakan untuk menentukan strategi yang dilaksanakan .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wawancara dilakukan terhadap 4 orang narasumber yang memiliki wewenang mengelola usaha ini, yaitu Direktur, Manajer Pemasaran, Manajer Maintenance, dan Manajer Produk, untuk mengetahui bagaimana 5 S diterapkan, dibuat skor 1-4 oleh peneliti. Hasil data menunjukkan skor 1,00-2,00. 5S dipahami sebagai pelaksanaan kebersihan dan mengecek mesin, belum menerapkan 5S dengan serangkaian 5 tahap.

Peneliti melakukan observasi di lapangan, mengenai Kualitas Produk. Peneliti mengecek 12 komponen, menggunakan penilaian skala 1-4, Dengan kriteria ini, dapat dinilai Kualitas Produk **Sekarang** (3,17 : Baik) dan **Target** (3.92 : mendekati Baik Sekali).

Hasil observasi dan dokumentasi sebelum 5S. Barang yang berguna dan barang yang tidak berguna, masih bercampur menjadi satu dalam penempatannya, belum dipisahkan.

Hasil observasi dan dokumentasi sesudah 5S. Tahap 1 : Seiri atau Pemilahan adalah tahap pemilihan barang yang tidak berguna di tempat kerja. Penerapan yang dilakukan

adalah : Bengkel dipindahkan ke luar, yang semula di dalam dipindah ke luar bawah teras ; Penyediaan **Area Pemilahan**. Tahap 2 : Seiton (Penataan) dapat diterapkan dengan pembuatan tempat barang-barang berguna yaitu : Gudang Peralatan Kerja, menggunakan Rak. dan Gudang Spare Part, menggunakan Lemari. Tahap 3 : Seiso (Pembersihan). Penerapannya : Pelaksanaan Pembersihan berupa : Pembersihan Body, dan Pembersihan Mesin, dimana pemeriksaan dan perbaikan keabnormalan dilaksanakan. Pembuatan SOP (Standard Operation Procedure) yang didasarkan pada penetapan target kualitas produk, Pembuatan Formulir (Checklist Form) sesuai SOP Pembersihan Mobil. Formulir ini diisi pada waktu pembersihan mobil dilakukan, yaitu pada saat kedatangan, sebelum dipajang dalam showroom. Tahap 4 : Seiketsu (Pemantapan). Penerapan yang dilakukan adalah Tagging, pembuatan Tag tentang area penyimpanan barang . Ada 3 Tag yang dibuat, yaitu : TAG Area Pemilahan, TAG Gudang Peralatan, TAG Gudang Spare Part. Tahap 5 : Shitsuke (Pembiasaan). Shitsuke yang kita kenal sebagai pembiasaan merupakan langkah terakhir dari metode 5S ini. Penerapannya adalah : Pembuatan SOP (Standard Operation Procedure). Ada 4 SOP yang dibuat, yaitu SOP Penerimaan Mobil Masuk, Pengaturan Stok Area Pemilahan, Penataan Gudang Spare Part, Gudang Peralatan. Pembuatan Formulir (Checklist Form) sesuai SOP, sehingga juga ada 4 Formuli.

MATRIKS IFA (Internal Factor Analysis) dan EFA (External Factor Analysis)

Faktor Internal. Kekuatan (Strength) : A.Jenis mobil bekas mudah didapatkan, B.Ada penerapan 5S untuk menjadikan produk berkualitas tinggi, C.Akses transportasi mudah, D.Cara pembayaran bisa kredit. Kelemahan (Weakness) : E.Harga standar, F.Promosi dengan spanduk.

Faktor Eksternal. Peluang (Opportunity) : A.Jenis produk banyak diminati, B.Banyak pengunjung, C.Peluang pembeli dari pengembangan perumahan, D.Pembeli banyak dari tempat sekitar showroom. Ancaman (Threat) : E.Beberapa showroom lain menjual tipe produk sama, F.Beberapa showroom lain menjual dengan harga setara, G.Situasi ekonomi umum (banjir, pandemi, kenaikan harga, dan lain-lain).

Dari Faktor Internal dan Faktor Eksternal yang peneliti amati, kemudian dilakukan **Focus Group Discussion** , yaitu peneliti meminta 4 orang narasumber yang memiliki wewenang mengelola usaha ini, yaitu Direktur, Manajer Pemasaran, Manajer Maintenance, dan Manajer Produk, untuk melakukan : Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal, Rating Faktor Internal dan Eksternal Kemudian dibuat perhitungan Skor Bobot (jumlah dari perkalian Bobot dengan Rating) untuk Internal maupun eksternal,

ANALISIS SWOT

Metode SWOT (Strength Weakness Opportunity Threat) ini digunakan untuk pencocokan dan mencari strategi .

Matriks QSPM

Metode QSPM (Quantitative Strategy Planning Matrix) ini digunakan untuk menentukan strategi yang dilaksanakan.

PEMBAHASAN

Tahap 1 : Seiri (Pemilahan). Pada 5S Tahap 1 (Seiri/Pemilahan). barang-barang tidak berguna disimpan dalam area tersendiri yang disebut **Area Pemilahan**. Bengkel dipindahkan dari dalam ke luar bawah teras. Area bengkel kemudian dijadikan Area Pemilahan.

Tahap 2 : Seiton (Penataan). Pembuatan tempat simpan barang-barang yang berguna yaitu : Gudang Peralatan Kerja dan Gudang Spare Part.

Tahap 3 : Seiso (Pembersihan). Pada tahap ini, disusun dan diterapkannya SOP (Standard Operation Procedure) pembersihan. SOP ini merupakan standarisasi untuk kerja pada Pembersihan, yaitu :

1. Penetapan Penanggung Jawab pada suatu tugas dengan jelas. Untuk Tugas Pembersihan Mobil, menjadi tanggung jawab Manajer Maintenance
2. Waktu pelaksanaan ditetapkan dengan jelas. Dalam SOP ini ditetapkan waktunya pada saat mobil bekas datang di bengkel, sebelum masuk showroom.
3. Pada SOP ini terdapat metode Pembersihan, dimana terdapat perlakuan untuk **meningkatkan kualitas terhadap komponen-komponen**, yang dalam Metode 5S dipastikan dilakukan pengecekan ataupun penggantian dengan spare part baru.
4. Pembuatan Formulir (Checklist Form) sesuai SOP Pembersihan Mobil, bertujuan supaya kegiatan pelaksanaan Pembersihan dipastikan dilaksanakan dan dilaporkan.

Tahap 4 : Seiketsu (Pemantapan). Ada 3 Tag yang dibuat, membantu pekerja untuk meletakkan barang-barang yang tidak terpakai dan yang terpakai, menyimpan peralatan kerja pada lemari penyimpanan, menyimpan spare part yang berguna atau stok pada lemari penyimpanan, dan memudahkan pengambilannya.

Tahap 5 : Shitsuke (Pembiasaan). Penerapan yang dilakukan adalah Pembuatan SOP (Standard Operation Procedure), bertujuan supaya kegiatan-kegiatan pelaksanaan tugas ini dilakukan sesuai standar yang telah ditetapkan. Pembuatan Formulir (Checklist Form) sesuai SOP, bertujuan supaya kegiatan-kegiatan pelaksanaan tugas ini dapat dicatat, dimonitor, dan dilaporkan kepada penanggung jawab dan Direktur, dan menjamin kontrol kualitas dilakukan.

Pembahasan Matriks IFA dan EFA : Skor IFA = 2,949 dan Skor EFA = 2,309 untuk skala 4, berada pada kuadran V (sedang). Perusahaan masih perlu meningkatkan Kekuatan dan memanfaatkan Peluang yang ada.

Pembahasan Analisis SWOT

SO Strategy. Strategi 1 : Peningkatan kualitas produk. Seperti kita ketahui, produk berupa mobil bekas, dimana kualitasnya sudah menurun dibandingkan waktu masih dalam keadaan baru. Kendaraan terdiri dari sejumlah komponen, bila dioperasikan dalam waktu tertentu maka kemampuan komponen yang fungsional (termasuk minyak pelumas dan kampas) akan berkurang karena terjadi keausan, memburuk, atau berkarat, sehingga perlu penyetelan, pembersihan, penggantian komponen.

Kegiatan ini dapat dilakukan dengan penerapan 5S untuk meningkatkan kualitas. Konsumen diharapkan bisa menikmati produk kita dengan **kualitas prima serasa mobil baru**, tidak perlu ke bengkel untuk perbaikan mesin dalam waktu dekat.

Strategi 2 : Peningkatan kualitas tempat showroom. Lokasi showroom berada dalam lingkungan yang ramai dimana banyak pembeli berkunjung, melihat-lihat mobil, dan berdiskusi tentang barang, harga dan cara pembayaran. Pengunjung perlu dibuat nyaman.

Strategi 3 : Penambahan jenis yang diminati. Strategi ini dapat dilakukan seiring permintaan produk. Dengan naiknya permintaan dari konsumen, jumlah (kuantitas) mobil bekas yang masuk showroom bisa ditambah.

ST Strategy. Strategi 4 : Menjaga hubungan baik dengan Leasing. Perusahaan telah bekerja sama dengan BCA Finance untuk memberikan layanan bagi banyak konsumen yang menginginkan pembayaran melalui kredit, dengan cara yang mudah dan cepat. Hal ini perlu dijaga dan ditingkatkan.

WO Strategy , ada 2 strategi yaitu strategi 5 dan 6.

Strategi 5 : Peningkatan promosi. Penggunaan spanduk seperti yang sekarang dipasang sudah cukup jelas. Bengkel yang berada pada posisi di depan di bawah teras, bisa diperlihatkan secara langsung kepada pengunjung bahwa ada perlakuan servis mobil saat 5S berlangsung. Penggunaan media sosial juga dapat diterapkan. Menurut Kotler (2009 :5) : Menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis.

Strategi 6 : Hubungan baik dengan konsumen supaya mereferensikan. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor sosial juga mempengaruhi perilaku pembelian. Kelompok acuan seseorang seperti keluarga, rekan, organisasi sosial, asosiasi profesi dengan kuat mempengaruhi pemilihan produk dan merek.

WT Strategy. Strategi 7 : Selektif pada pembelian mobil. Yang dimaksudkan adalah mobil masuk showroom. Beberapa showroom lain menjual produk tipe sama, dengan harga setara. Pembelian mobil untuk showroom harus memperhatikan situasi ekonomi umum (banjir, pandemi, kenaikan barang, dan lain-lain).

Pembahasan Matriks QSPM : Dari hasil analisis menggunakan Metode QSPM (Quantitative Strategy Planning Matrix) maka ada 7 strategi, dengan urutan pertama adalah : Strategi Peningkatan kualitas produk.

Pembahasan Penjualan Produk : Penjualan produk per bulan selama 1 tahun (Juni 2019 hingga Mei 2020), terlihat bahwa rata-rata **7 produk/bulan sebelum Covid-19 Pandemi** Maret 2020, kemudian turun menjadi rata-rata penjualan **3 produk/bulan setelah pandemi** Maret hingga Juni 2020. Pada bulan Maret masyarakat hanya beraktivitas dalam rumah. Mulai bulan April sudah banyak aktivitas di luar rumah, dan banyak pengunjung berdatangan ke showroom, walaupun dengan menerapkan Protokol Covid-19 dengan pemakaian masker, pencucian tangan dengan hand sanitizer, dan jaga jarak. Bulan Juni 2020 hingga September 2020 dilakukan penerapan 5S untuk meningkatkan kualitas. Pengunjung menyaksikan langsung penerapan 5S. Penjualan meningkat menjadi rata-rata **10 produk/bulan**, melebihi sebelum pandemi ketika belum menerapkan 5S.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kualitas Produk (Mobil Bekas) kualitas sekarang 3,17 (skala 1-4), menjadi target 3,92 , dengan cara menerapkan 5S dengan tepat.

Penerapan 5S yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk yaitu :

1. Ada 5 SOP yang harus dilaksanakan dengan baik, yaitu : SOP Pembersihan, Penerimaan Mobil Masuk, Pengaturan Stok Area Pemilahan, Penataan Gudang Spare Part, Gudang Peralatan. Hal ini bertujuan supaya tugas ini dilakukan sesuai standar yang telah ditetapkan
2. Ada 5 Formulir (Checklist Form) yang dikelola, sesuai SOP. yaitu : Formulir Pembersihan, Penerimaan Mobil Masuk, Pengaturan Stok Area Pemilahan, Penataan Gudang Spare Part, Gudang Peralatan. Hal ini bertujuan supaya pelaksanaan tugas ini dapat dicatat, dimonitor, dan dilaporkan kepada penanggung jawab dan Direktur, dan menjamin kontrol kualitas sudah dilakukan.

Pada Matriks IFA (Internal Factor Analysis) dan EFA (External Factor Analysis), Skor IFA = 2,949 dan Skor EFA = 2,309 untuk skala 4, berada pada kuadran V (sedang). Oleh karena itu, perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan penjualan. Dari analisis SWOT dan QSPM diperoleh hasil bahwa Strategi Peningkatan Kualitas Produk menduduki peringkat pertama.

SARAN

Penerapan 5S yang tepat hendaknya dilaksanakan dengan baik dan berkesinambungan, untuk meningkatkan kualitas produk, dalam rangka meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Surya. 2020. *“Designing and Managing Integrated Marketing Communication”*, Tangerang Selatan : Program Pasca Sarjana Unpam, <https://www.scribd.com> (download 20 Desember 2020)
- Kobayashi, Kaurori. 2010. *“Ways of Experiencing 5S: A Means to Understand Management Practices”*, Queensland: Griffith Research Online, <https://research-repository.griffith.edu.au>.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *“Manajemen Pemasaran”*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- _____. 2012. *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta : Erlangga.



- Kotler, Philip dan Armstrong . 2012. *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta Erlangga.
- Mangkunegara, A, Prabu. 2002. *“Perilaku Konsumen”*. Edisi Revisi. Jakarta: Refika Aditama.
- Mark Evgenyevich Koryagin, 2017, *“New premium cars sales promotion based on the system of pre-owned cars sales to loyal customers”*, Kemerovo, Russia : Journal of Applied Engineering Science 15(2017)1 , 4078 , DOI: 10.5937/jaes15-11481.
- Nur Hazwani Zolkifly, Nur Lailatul Husna Mohammad Yusof and Shahrel Nizar Baharom, 2017, *“Promotional Methods Taken by Car Dealers: An Investigation of Traditional Marketing and Online Media in National Car Showroom”*, Bandar Seri Iskandar, Perak, Malaysia : International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences 2017, Vol. 7, No. 11 ISSN: 2222-6990, DOI:10.6007/IJARBSS/v7-i11/3584, URL: <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v7-i11/3584>,
- Peter, J.P. & Olson, J.C. 2005. *“Consumer Behaviour & Marketing Strategy”*, Seventh Edition. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia.
- Shinta Nurafni Untari , Sutrisno Djaja, Joko Widodo, 2017, *“ Strategi Pemasaran Mobil Merek Daihatsu Pada Dealer Daihatsu Jember “*, Jember : Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial 82 ISSN 1907-9990 | E-ISSN 2548-7175 | Volume 11 Nomor 2 (2017) DOI: 10.19184/jpe.v11i2.6451.
- Sudaryana, Yayan. 2011. *“Pentingnya Pengembangan Kompetensi Wirausahawan dan Kewirausahaan”*, Tangerang Selatan : STIE Widaya Persada, <https://www.unpam.ac.id> (download 20 Desember 2020)
- Sudaryono, 2014, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- _____, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Edi. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Prenada media group.
- Suwondo, Chandra. 2012, *Budaya Kerja Super 5S-Implementasi 5S di Indonesia*. Jakarta: Halaman Moeka.
- Yulian Tirta Saputra; Sri Hariyati Fitriasih; Setyowati, 2019, *“Sistem Pendukung Keputusan Pembelian Mobil Menggunakan Metode Technique For Order Preference by Similarity of Ideal Solution (TOPSIS) Di Kelip Motor Karanganyar”*, Karanganyar : Jurnal TIKomSiN, Vol. 7, No. 1, April 2019 ISSN Cetak : 2338-4018 DOI: <https://doi.org/10.30646/tikomsin.v7i1.410> ISSN Online : 2620-7532