

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad. (2021). *Metodologi Penelitian: Teori dan Aplikasi Praktis*. CV Bumi Aksara.
- Akdon, D. (2006). *Strategik untuk manajemen pendidikan*. Alfabeta.
- Anwar, M., & Satrio, A. (2015). *Perilaku konsumen dan keputusan pembelian*. Mitra Wacana Media.
- Apande, R. F. (2024). *Strategi pemasaran produk kue rumahan dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Kotabunan Selatan Kabupaten Bolaang Mongondow Timur*. IAIN Manado.
- Burhanuddin, N. H. (2021). *Strategi pemasaran makanan khas tradisional di Kecamatan Wotu (Studi kasus Rumah Makan Satria)*. Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Chaniago, A. . (2004). *Ekonomi 2*. Angkasa.
- Danupranata, G. (2015). *Manajemen Perbankan Syariah*. Salemba Empat
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka.
- David, R. F. (2004). *Riset Pemasaran*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Egha, R., dkk. (2021). *Strategi pemasaran dalam perspektif bisnis modern*. Deepublish.
- Gunawan, I. (2005). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Liberty.
- Harahap, S. S. (2018). *Strategi pemasaran: Teori dan aplikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Hardani, et al. (2020). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Pustaka Ilmu Group.
- Hikmawati. (2020). *Metode penelitian pendidikan: Teori dan praktik*. Deepublish.
- Kotler, P. (2004a). *Konsep Pemasaran*. PT Indek Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2004b). *Manajemen Pemasaran*. PT Indek Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2004c). *Strategi Pemasaran*. PT Indek Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen pemasaran (Edisi ke-12)*. Erlangga.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen pemasaran (Edisi ke-13)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke-10)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke-12)*. Erlangga.
- Kurtz. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. PT. Indeks Gramedia.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2001). *Pemasaran (Jilid 1)*. Salemba Empat.

- Lubis, A., & Hidayat, R. (2017). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Perdana Publishing.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa (Edisi 3)*. Salemba Empat.
- Margono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Morissan. (2012). *Teori komunikasi individu hingga massa*. Kencana.
- Mulyatiningsih, E. (2011). *Metodologi penelitian terapan: Bidang pendidikan*. Alfabeta.
- Nasruddin. (2021). *Strategi pemasaran: Konsep dan implementasi dalam dunia usaha*. Prenadamedia Group.
- Pradana, M. R. (2017). *Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian*. Deepublish.
- Prasetyo, B. (2005). *Metodel Penelitian Kuantitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- Pratiwi, N. M. D., & Suriani, N. L. (2017). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 95–103.
- Purnama, H. (2003). *Pemasaran strategi: Teori dan aplikasi*. PT Rineka Cipta.
- Purwanto, I. (2007). *Perencanaan strategik untuk organisasi publik*. Pustaka Pelajar.
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2005). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2009). *Belajar mudah penelitian untuk guru, karyawan, dan peneliti pemula*. Alfabeta.
- Sabana, T. (2000). *Manajemen keuangan perusahaan*. BPFE.
- Sagala, H. S. (2007). *Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*. Alfabeta.
- Sari, S. (2022). *Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Dalam Upaya Menarik Minat Pembeli di Era Millenial Analisis Marketing Syariah (Study Kasus Home Industri Gembus dan Cireng di Sumbergede, Kec. Sekampung, Lampung Timur)*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Setiyawati, S. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap volum penjualan produk makanan khas Riau bolu cermai al-mahdi*. Universitas Islam Riau.
- Sugiyono. (2005). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2009). *Statistik untuk penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Rineka Cipta.
- Suprpto. (2001). *Analisis statistik: Teori dan aplikasi*. Rineka Cipta.
- Sutamto. (2000). *Teknik Menjual Barang*. Balai Aksara.
- Swastha, B. (2002). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Swastha, B. (2007). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Swastha, B. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Swastha, B. (2015). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Swastha, B., & Irawan, I. (2015). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Triton, P. B. (2007). *Strategi pengembangan organisasi*. PT. Rineka Cipta.
- Winardi. (2001). *Pengantar Manajemen Penjualan*. Citra Adya Bahkti.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1. Strategi Pemasaran (X) Omzet Penjualan (Y)

ANGKET PENELITIAN

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Omzet Penjualan Produk Pendap Makanan Khas Kota Bengkulu

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

Usia :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat sebelum anda memberikan jawaban.
2. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan pendapat atau pengalaman anda.
3. Pilihlah salah satu dari lima jawaban yang tersedia untuk angket.

Keterangan:

SB : Sangat Baik

B : Baik

C : Cukup

TB : Tidak Baik

STB : Sangat Tidak Baik

4. Berilah tanda ceklist (✓) pada jawaban yang anda pilih.
5. Mohon isi seluruh bagian kuesioner tanpa ada yang terlewat.
6. Semua informasi yang anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian/pengumpulan data.

Pedoman pengisian:

No	Pertanyaan	SB	B	C	TB	STB
1.	Apakah anda rutin mempromosikan produk pendap melalui media sosial (facebook,whatsapp,dll)?		✓			
2.	Apakah anda rutin melakukan pencatatan omzet harian atau bulanan?			✓		

No	Pertanyaan	SB	B	C	TB	STB
1.	Apakah anda merasa produk pendap selalu tersedia ditempat pembelian favorit anda?					
2.	Apakah anda menemukan berbagai variasi produk pendap sesuai dengan kebutuhan anda?					
3.	Apakah anda merasa bahwa pembaruan produk pendap meningkatkan kualitas dibandingkan versi sebelumnya?					
4.	Apakah produk pendap ini memiliki daya tahan yang baik setelah penggunaan dalam jangka waktu tertentu?					
5.	Apakah anda pernah mengalami (pengembalian) karena produk yang diterima cacat atau rusak?					
6.	Apakah anda merasa bahwa diskon berlangganan lebih menguntungkan dibandingkan pembelian satuan?					
7.	Apakah anda memberikan diskon atau penawaran khusus untuk menarik pelanggan?					
8.	Apakah anda sering menemukan adanya promosi pada produk pendap ini?					
9.	Apakah anda pernah membeli pendap melalui media sosial (facebook, whatshap, dll) ?					
10.	Apakah anda merasa bahwa harga produk pendap ini sesuai dengan kualitas yang ditawarkan?					
11.	Apakah anda merasa harga produk pendap ini sesuai dengan daya beli masyarakat di sekitar anda?					
12.	Apakah anda merasa harga produk ini sebanding dengan kualitas yang ditawarkan?					

13.	Apakah anda merasa bahwa harga produk pendap ini lebih kompetitif (persaingan) dibandingkan produk serupa dipasaran?					
14.	Apakah potongan harga khusus sering diberikan pada momen tertentu (misalnya, hari raya, ulang tahun pelanggan, dan lain lain)?					
15.	Apakah anda membandingkan harga produk pendap ini dengan pedagang lain sebelum membeli?					
16.	Apakah anda merasa produk pendap ini tersedia di berbagai lokasi yang mudah dijangkau?					
17.	Apakah anda lebih sering membeli produk ini karena tersedia di tempat yang mudah dijangkau dengan kendaraan umum?					
18.	Apakah penjual memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada pelanggan?					
19.	Apakah anda merasa bahwa lokasi penjualan produk pendap ini mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi atau umum?					
20.	Apakah persepsi anda tentang lokasi penjualan pendap tersebut?					

lampiran 2 Jawaban Angket

Nama	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	TOTAL	OMZET PENJUALAN/BULAN (NOVEMBER)
Vety	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	72	1660000
Chairani putri	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	75	1655000
Ummi kholifah	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	74	1644000
Eni rahmadita	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	74	1632000
Titin arita	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	74	1615000
Dedi saputra	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	73	1579000
Beti Nurmala	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	72	1535000
Neli Putri	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	71	1505000
Listi	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	71	1445000
Doni Puta	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	74	1434000
Hasdipah	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	72	1425000
Mia permata sari	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	74	1410000
Dwi Monika	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	74	1352000
Uci Julianti	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	71	1224000
Nur Haliza	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	73	1110000
Dinda Vendisa	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	76	1100000
Embun	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	73	1089000
Widia Septa	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	74	1081000
Desti	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	72	1075000
Fourint	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	73	1060000

TOTAL	54	56	60	60	62	59	57	59	61	60	59	55	60	60	59	60	61	57	55	53	1462	27630000
-------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	------	----------

lampiran 3 Jawaban Angket

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.5 1	19.0 0	19.1 6	19.2 5	19.3 0	19.3 3	19.3 5	19.3 7	19.3 8	19.4 0	19.4 0	19.4 1	19.4 2	19.42	19.4 3
3	10.1 3	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35

17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92

42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Lampiran 4. Dokumentasi penelitian

