JURNAL

PENGARUH POTONGAN HARGA, GARANSI, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA DEALER MPM MOTOR PARE

THE INFLUENCE OF DISCOUNTS, WARRANTY, AND PRODUCT VARIATIONS TO HONDA MOTORCYCLE SALES VOLUME AT DEALER OF MPM MOTOR PARE

Oleh:

ASIH RAHMATYA

13.1.02.02.0213

Dibimbing oleh :

1. **Dr. SUBAGYO, M.M.**
2. **ZULISTIANI, S.Pd,. M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: ASIH RAHMATYA
NPM	: 13.1.02.02.0213
Telepun/HP	: 085745248003
Alamat Surel (Email)	: asihrahma507@gmail.com
Judul Artikel	: PENGARUH POTONGAN HARGA, GARANSI, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA DEALER MPM MOTOR PARE
Fakultas – Program Studi	: EKONOMI - MANAJEMEN
Nama Perguruan Tinggi	: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH. ACHMAD DAHLAN 76 KEDIRI

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 24 JULI 2017
Pembimbing I	**Pembimbing II**	**Penulis,**
Dr. Subagyo, M.M. **NIDN. 0717066601**	**Zulistiani, S.Pd.,M.M.** **NIDN. 0711118603**	**Asih Rahmatya** **13.1.02.02.0213**

PENGARUH POTONGAN HARGA, GARANSI, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA DEALER MPM MOTOR PARE

ASIH RAHMATYA
13.1.02.02.0213
Fakultas Ekonomi – Manajemen
Rahmatya955@gmail.com
Dr. Subagyo, M.M. dan Zulistiani, S.Pd.,M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Saat ini industri otomotif seperti produk sepeda motor mengalami peningkatan yang sangat pesat dan menjadi gaya hidup masyarakat indonesia. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh volume penjualan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu potongan harga, garansi dan variasi produk yang lengkap dapat menarik minat beli konsumen pada dealer MPM Motor Pare. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui potongan harga, garansi dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda Motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare.

Penenelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan termasuk jenis penelitian kausalitas. Populasinya adalah seluruh pembeli yang ada di Dealer MPM Motor Pare dengan mengambil sampel sejumlah 40 responden. Sumber data didasarkan pada dua jenis data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah memberikan kuesioner/angket secara langsung kepada responden. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif dan metode kuantitatif yang menggunakan analisis persamaan regresi linear berganda dengan bantuan *software SPSS 23.0 for windows.*

Hasil dari pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan ketiga variabel independen yaitu potongan harga, garansi dan variasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan melalui uji F dapat diketahui bahwa secara bersamaan ketiga variabel tersebut mempengaruhi volume penjualan. Dapat disimpulkan bahwa secara simultan (serempak) potongan harga, garansi dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Dealer MPM Motor Pare.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah : (1) Potongan harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare. (2) Garansi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare. (3) Variasi produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare. (4) Potongan harga, garansi dan variasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare.

Kata kunci : Potongan harga, garansi, variasi produk, dan volume penjualan

I. LATAR BELAKANG

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri, penjualan maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang mengeluarkan produk yang sejenis. Perusahaan hendaknya menyadari bahwa dengan adanya persaingan tersebut sangat sulit bagi perusahaan untuk membangun reputasi perusahaan, demikian pula sebaliknya sangat mudah untuk kehilangan reputasi perusahaan tersebut. Tingginya persaingan dalam dunia perdagangan khususnya pada penjualan dari berbagai industri yang bergerak dibidang otomotif, menunjukkan bahwa salah satunya industri otomotif yang memberikan kontribusi yang cukup besar, adalah sepeda motor.

Penjualan merupakan tujuan utama yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan barang atau jasa mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang atau jasa tersebut kepada konsumennya. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan.

Volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Selain itu, volume penjualan merupakan salah satu hal yang penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan tidak mengalami kerugian. Dengan menjual produk yang mengacu pada fungsinya yakni mencakup keseluruhan dari produk berupa ketahanan, kehandalan, ketepatan, kemudahan dalam pengoperasian dan kemudahan dalam perbaikan serta atribut-atribut nilai lainnya, maka diharapkan volume penjualan meningkat sehingga memenangkan persaingan di pasar.

Persaingan antar produsen sepeda motor dilakukan seiring dengan banyaknya merek sepeda motor yang beredar di pasaran, maka membuat para produsen berlomba-lomba untuk membuat penawaran harga yang menarik sesuai dengan kemampuan para konsumennya, sebab pilihan konsumen untuk menggunakan

sepeda motor untuk kegiatan sehari-hari semakin banyak. Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan guna untuk meningkatkan volume penjualan, maka dibutuhkan adanya strategi pemasaran yang baik misalnya dengan melakukan potongan harga. Menurut Gitosudarmo (2012:277), potongan harga merupakan pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu, dalam hal ini pembeli memperoleh harga yang lebih rendah dari harga yang harus dibayar.

Disamping potongan harga, garansi adalah faktor lain yang memberikan sebuah garansi pada setiap pembelian produk motor Honda. Garansi adalah bagian dari suatu perjanjian dalam jual beli, dimana penjual menanggung kebaikan atau keberesan barang yang dijual untuk jangka waktu yang ditentukan (Rachmadi, 2009 : 24-25). Garansi yang diberikan berupa perbaikan produk umumnya tidak dikenakan biaya kepada pelanggan untuk garansi tertentu.

Motor Honda merupakan salah satu dari banyak motor yang ada di Indonesia. Selain itu motor Honda juga mempunyai banyak variasi warna, jenis maupun bentuk. Menurut Kotler (2009:72) mendefinisikan variasi produk sebagai unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, atau suatu ciri lain. Dalam keputusan membeli, perilaku konsumen menjadi sangat penting untuk diperhatikan, karena konsumen memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam menentukan terjadinya suatu pembelian. Dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk motor Honda membuat produsen berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang konsumen inginkan. Produsen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menciptakan berbagai produk yang bervariatif serta berbagai pilihan untuk produk itu sendiri.

Berdasarkan pada pembahasan di atas maka peneliti mengambil judul **"Pengaruh Potongan Harga, Garansi, dan Variasi Produk terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda (Studi kasus pada Dealer MPM Motor Pare)"**

Rumusan Masalah

1. Apakah potongan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap volume penjualan sepeda motor Honda di Dealer MPM Motor Pare ?
2. Apakah garansi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap

volume penjualan sepeda motor Honda di Dealer MPM Motor Pare ?

3. Apakah variasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap volume penjualan sepeda motor Honda di Dealer MPM Motor Pare ?
4. Apakah variabel potongan harga, garansi dan variasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda di Dealer MPM Motor Pare ?

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan secara parsial dan simultan antara potongan harga, garansi, dan variasi produk terhadap volume penjualan sepeda motor Honda di Dealer MPM Motor Pare.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan khasanah ilmu pengetahuan tentang penerapan teori manajemen pemasaran, khususnya mengenai volume penjualan, potongan harga, garansi dan variasi produk.

2. Kegunaan Praktis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah manfaat teoritis dan praktis, sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Untuk memberikan sumbangan pikiran dan informasi yang dapat digunakan sebagai penerapan strategi pemasaran yang baik mengenai volume penjualan, potongan harga, garansi dan variasi produk.

b. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan suatu masukan guna meningkatkan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai dunia pemasaran.

c. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui pengaruh potongan harga, garansi dan variasi produk baik secara parsial maupun simultan terhadap volume penjualan di Dealer MPM Motor Pare.

Kajian Teori

Menurut Swastha (2005:65) volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan, yang diperoleh dari hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu. Pendapat lain mengatakan bahwa volume penjualan adalah hasil total penjualan produk baik berupa barang atau jasa yang diperoleh selama jangka waktu tertentu.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:9), potongan harga atau diskon adalah pengurangan harga langsung terhadap suatu pembelian dalam periode tertentu. Pendapat lain mengatakan bahwa potongan harga adalah pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktifitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.

Menurut Tjiptono (2010:163) garansi adalah suatu bentuk jaminan untuk meringankan kerugian pelanggan, dalam ketidakpuasan dengan suatu produk atau jasa yang telah dibayarnya. Pendapat lain mengatakan bahwa garansi adalah kesepakatan kontraktual antara produsen dan konsumen, dimana produsen bersedia melakukan perbaikan atau penggantian terhadap produk yang mengalami kerusakan selama periode garansi yang telah ditentukan.

Menurut Kotler (2009:72), variasi produk sebagai unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri tersendiri. Pendapat lain mengatakan bahwa variasi produk adalah strategi perusahaan dengan menganekaragaman produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya.

II. METODE

A. Teknik Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kausal atau fungsi sebab akibat dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari analisis kausal ini adalah untuk mencari data tentang ada tidaknya pengaruh antara satu variabel terikat dengan variabel lain.

Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:07), pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Waktu penelitian

Adapun batas waktu penelitian yang telah ditetapkan yaitu selama 6 bulan mulai Maret sampai dengan Agustus 2017.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dealer MPM Motor Pare yang terletak di Jalan PK Bangsa No. 13 C Pare Kediri.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pembeli yang melakukan pembelian sepeda motor di Dealer MPM Motor Pare dalam jumlah yang tidak terbatas.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013:149), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang yang respondennya berasal dari konsumen/pembeli yang ada di Dealer MPM Motor Pare.

D. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiono (2010:132), *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini, menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, yang diukur dengan menggunakan metode Skala Likert. *(Likert's Summated Rattings.*

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai rhitung > dari nilai rtabel. Penghitungan uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS v.23 *for windows*. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Yaitu dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dimana (n) adalah jumlah sampel penelitian. Jika r_{hitung} > r_{tabel} dan nilai positif maka butir

atau pertanyaan (indikator) tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah "sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik" (Arikunto, 2006:178). Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila hasil α > 0,06 = reliabl dan hasil α < 0,06 = tidak reliabel.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

1. Pengaruh potongan harga terhadap volume penjualan

Potongan harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare. Dari hasil analisis yang diperoleh bahwa variabel potongan harga memperoleh nilai taraf signifikan sebesar 0,010 < 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ha diterima dan H_0 ditolak. Dengan pemberian potongan harga yang menarik dapat menarik minat beli konsumen. Hal ini berarti potongan harga berpengaruh terhadap volume penjualan.

2. Pengaruh garansi terhadap volume penjualan

Garansi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare. Dari hasil analisis yang diperoleh bahwa variabel garansi memperoleh nilai taraf signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan adanya garansi konsumen merasa aman saat ada garansi yang telah diberikan jika ada kerusakan atau ketidakmampuan produk untuk menjalankan fungsi yang diharapkan. Hal ini berarti garansi memiliki pengaruh terhadap volume penjualan.

3. Pengaruh variasi produk terhadap volume penjualan

Variasi produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare. Dari hasil analisis yang diperoleh bahwa variabel garansi memperoleh nilai taraf signifikan sebesar 0,026 < 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_a dan H_0 ditolak. Dengan pemberian produk yang

bervariatif dengan jaminan mutu kualitasnya, akan membuat harapan terhadap minat konsumen untuk membeli produk yang sedang di edarkan oleh produsen. Hal ini membuktikan bahwa variasi produk mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan.

4. Pengaruh potongan harga, garansi, dan variasi produk terhadap volume penjualan

Potongan harga, garansi, dan variasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare. Dari uji simultan (uji F) diketahui nilai signifikansi = 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa secara bersama-sama (simultan) potongan harga (X_1), garansi (X_2) dan variasi produk (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

IV. Simpulan dan Saran

1. Simpulan

a. Potongan harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare.

b. Garansi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare.

c. Variasi produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare.

d. Potongan harga, garansi dan variasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare.

2. Saran

a. Disarankan kepada perusahaan hendaknya terus melakukan strategi potongan harga dengan baik untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk. Misalnya memberikan potongan harga untuk pembelian sepeda motor lebih dari 1 unit, memberikan potongan

harga kepada pembeli yang membeli dalam jumlah besar atau kepada pembeli yang membayar dengan tunai.

b. Disarankan kepada perusahaan agar selalu menyediakan dan memberikan variasi produk yang bervariatif sesuai keinginan konsumen yang berada di pangsa pasar, dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen/pembeli.

c. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam tentang potongan harga, garansi dan variasi produk yang pada penelitian ini berpengaruh terhadap volume penjualan sepeda motor Honda pada Dealer MPM Motor Pare, agar diperoleh gambaran yang lebih lengkap lagi sehingga diharapkan hasil penelitian yang akan datang akan lebih sempurna dari penelitian ini.

V. DAFTAR PUSTAKA

Basyir, A. 2012. *Pengaruh kualitas produk, keragaman produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Jati Jepara Furnitur Kabupaten Jepara*. http://eprints.umk.ac.id/id/eprint/702

Basu, Swastha, 2005 *Pengantar Bisnis Modern.* Jakarta : Salemba Empat.

Basu, Swastha, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*; Yogyakarta: BPFE.

Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta.

Fandy, Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana . 2010. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Salemba Empat. Jakarta.

Gitosudarmo, H. Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. BPFE.

Groover P, Mikel. 2010. *Fundamentals of Modern Manufacturing: Materials, Process,and systems 4th Edition. London: John Wiley Sons, Inc. Journal of Business Management and Enterpreneurship Education* | Volume 1, Number 1, April 2016, hal.54-63.

Isqo Hayatun (2015). *Pengaruh Variasi Produk terhadap Volume Penjualan Merek AKO pada Matahari Departemen Store Lembuswana di Samarinda.* eJournal Ilmu Administrasi Bisnis, 2015 3 (2): 470 - 481.

Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis: Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Budhi Indra Wijaya (2010). *Pengaruh Variasi Produk dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Sepatu League pada Showroom Sportindo Tunjungan Plaza 2 Surabaya*.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 9*. Jakarta: PT. Prehallindo. eJournal Ilmu Administrasi Bisnis, 2015 3 (2): 470 – 481 ISSN 2355-5408, http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Jakarta : Indeks-pretice Hall.

Kotler. 2012. *Manajemen pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi 12. Alih Bahasa : Bob Sabran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kotler, P & Armstrong, G. 2008. *Dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan, Jilid 2*. Jakarta : PT. Indeks.

Kotler dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT Index. Jakarta.

Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 9*. Jakarta: PT. Prehallindo.

Sutedi Andrian. 2008 *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor.

Kotler dan Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran. Penerjemah Bob Sabran. Edisi 13. Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid I*, Erlangga : Jakarta.

Kardi Manahan Sitanggang. (2011). *Pengaruh Promosi, Garansi dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan PT. Berlian Bintang Mas Medan.*

Kuncoro Mudrajad. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.

Mariana. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : BPFE

Mulyadi, 2008. *Strategi Penjualan.* Cetakan Keempat. Jakarta : Selemba Empat.

Nova Yetty (2009). *Pengaruh Potongan Penjualan terhadap Volume Penjualan pada PT Everbright Battery Factory-Medan*.

Rachmadi, J. 2009. *Perilaku Konsumen. PT Indeks*. Jakarta. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 4 (2014)

Swastha dan Irawan, 2008. *Srategi Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan ke dua belas, Liberty Offset, Yogyakarta.

Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Penjualan. Edisi kelima*. Yogyakarta: BPFE. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 1 Nomor 1, Januari 2013

Sutisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia. Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Siwi Tri Celina Kristiyanti , *Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta*, Sinar Grafika, 2014.

Yulianto Chandra (2014). *Pengaruh Promosi, Potongan Harga dan Pelayanan terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Ritel "Alfamart" PT. Alfariatri Jaya*.

http://triatmono.info/data-penjualan-tahun-2012/data-penjualan-motor-tahun-2005

.