



Research Paper Publication  
**Jurnal Ilmiah Manajemen**  
Terminal Informasi Ilmiah

ISSN : 2089-2330

Vol : 09.03.2020  
Hal : 54 - 62

## HUBUNGAN ANTARA HARGA JUAL DENGAN VOLUME PENJUALAN PADA USAHA SEWA TENDA DAN PELAMINAN DANDY DECORATION DI KOTA BENGKULU

**Dra. Hj. Puspa Djuita, M.Si.**

**djuitapuspa@gmail.com**

Dosen PNSD di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin

### Article Info

Keywords :  
Harga Jual dan Penjualan

### Abstract

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga jual (sewa) dengan penjualan (pendapatan) pada usaha sewa tenda dan pelaminan Dandy Decoration di kota Bengkulu. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan data kualitatif yang didapat dari survey langsung ke lokasi tersebut dan ternyata hubungan antara harga jual (sewa) dengan pendapatan usaha sewa sangat erat dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisa korelasi sebesar 0,9927 dan dengan menggunakan analisa regresi linear sederhana hasilnya adalah  $Y=3.995+25,1(x)$ . Artinya harga jual mempengaruhi hasil penjualan (pendapatan sewa), dilihat dari nilai  $a=3.995$  dan nilai  $b=25,1$ . Harga dalam bisnis jasa sering dianggap sebagai indikator atau kualitas jasa yang diberikan, semakin tinggi harga yang ditentukan maka akan semakin baik kualitas jasa yang diberikan atau dihasilkan. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Amstrong bahwa harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk.

Dra. Hj. Puspa Djuita, M.Si.

djuitapuspa@gmail.com

**Jurnal Ilmiah Manajemen – Vol : 09.03.2020**

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pemasaran dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting, karena kalau bagian pemasaran gagal dalam memasarkan barangnya maka perkembangan perusahaan tersebut juga akan terhambat, orang sering mengatakan bahwa pemasaran adalah jantungnya perusahaan. Gagal dalam pemasaran, maka gagal pula perkembangan perusahaan tersebut.

Pemasaran dalam pengertian merupakan kegiatan yang dirancang untuk mendorong dan mengelola segala proses pertukaran untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dalam suatu perusahaan, pemasaran memegang peranan penting, karena melalui pemasaran, kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

Inti dari pemasaran adalah pengelolaan hubungan dengan pelanggan melalui proses pertukaran dari kedua belah pihak yang dapat memberikan sesuatu barang atau benda yang bernilai satu sama lain dan memberikan kepuasan satu dengan yang lain.

Dalam pengertiannya, pemasaran merupakan kegiatan yang dirancang untuk mendorong dan mengelola segala proses pertukaran untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sering orang membuat produk sesuai dengan keinginannya selaku produsen bukan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, sehingga waktu dipasarkan produk tersebut gagal dalam arti banyak konsumen yang kurang menyukai produk tersebut karena tidak bisa memenuhi apa yang dibutuhkan mereka.

Keinginan konsumen terhadap suatu produk berubah-ubah seiring dengan perjalanan waktu. Perubahan keinginan ini bisa dikarenakan faktor usia, kondisi perubahan lingkungan dan juga perubahan teknologi. Pemasaran terjadi karena adanya kebutuhan dan keinginan konsumen, apa yang diharapkan dan yang dibutuhkan konsumen sewaktu membeli suatu produk, apakah produk yang ditawarkan tsb dapat memenuhi apa yang mereka cari. Untuk dapat melayani konsumen, pemasar harus dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan juga harus dapat memuaskan konsumen dari produk dan jasa yang mereka tawarkan. Harga hanya mengikuti selagi produk dan jasa tersebut dapat memenuhi semua kebutuhan dan keinginan mereka dan kepuasan diperoleh dari produk dan jasa tersebut.

Pemasaran berfungsi untuk membuat perusahaan kreatif mempersiapkan produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen. Tujuan akhir dari pemasaran adalah keuntungan, dan keuntungan ini baru akan didapat bila terjadi transaksi penjualan, dan penjualan akan terjadi jika konsumen menemukan produk yang mereka butuhkan yang dapat memenuhi kepuasan mereka. Kita bisa membuat produk tapi tidak bisa menjual, maka usaha kita akan sia-sia. Kita harus berusaha agar produk yang kita buat bisa terjual dan disukai oleh konsumen.

Salah satu faktor yang membuat produk tersebut bisa laku terjual adalah harga dari produk itu sendiri. tingkat harga yang ditetapkan akan mempengaruhi kuantitas produk yang terjual. Harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali dijadikan indikator nilai bagaimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang akan dirasakan oleh konsumen atas suatu barang atau jasa.

Produsen menetapkan harga jual untuk produknya dengan harapan produk tersebut dapat dibeli oleh konsumen dan dia mendapatkan untung dan dari hasil penjualan produknya tersebut dia dapat memulainya kembali untuk memajukan usahanya. akan

tetapi untuk bisa menetapkan harga yang dapat menjual produk dalam jumlah besar dan terjangkau oleh konsumen tidaklah mudah.

Kesalahan dalam menetapkan harga jual suatu produk akan berakibat produk kita tidak laku atau dinilai oleh konsumen terlalu mahal atau produk murahan karena harganya terlalu murah atau mungkin kita akan kalah dalam persaingan sehingga pembeli lari meninggalkan produk kita. Jadi untuk bisa menetapkan yang sesuai dan diinginkan konsumen banyak pertimbangan yang harus dilakukan.

Harga jual suatu produk mencerminkan kondisi produk itu sendiri apakah barang tersebut terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas, pelayanan yang prima dan menyenangkan konsumen, kemasan yang cantik apalagi kalau kemasan tersebut bisa digunakan setelah produknya habis atau produk tersebut sudah mempunyai *brand name* yang sudah terjamin kualitasnya sehingga konsumen tidak ragu lagi. Ini semua merupakan faktor penunjang dari penentuan harga jual disamping presentase laba yang diharapkan dan kelangsung hidup perusahaan.

Harga jual produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar disamping produk atau jasa itu sendiri. Harga sebuah produk atau jasa merupakan batas penentu utama permintaan pasar. Harga menentukan posisi persaingan dan mempengaruhi program pemasaran. Harga mempengaruhi dan dipengaruhi oleh unsur-unsur lain dari marketing mix seperti keputusan tentang produk, rencana promosi dan pilihan menggunakan saluran distribusi mempengaruhi harga barang dan jasa.

Dibawah ini akan diberikan data harga penjualan (sewa) tenda dengan hasil penjualan (pendapatan selama kurun waktu 5 tahun) sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar pendapatan sewa Dandy Decoration

Tahun	Harga jual ( sewa ) (dalam ribuan rupiah)	Hasil Penjualan ( Pendapatan sewa ) (dalam ribuan rupiah)
2014	140	7.460
2015	160	8 080
2016	170	8.290
2017	180	8.480
2018	200	9.000

Sumber data: usaha sewa tenda dan pelaminan Dandy Dsecoration Bengkulu

Berdasarkan uraian diatas penulis ingin meneliti bagaimana hubungan antara harga jual dengan volume penjualan pada usaha sewa tenda dan pelaminan Dandy Decoration di kota Bengkulu.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil survey yang penulis lakukan pada usaha sewa tenda dan pelaminan Dandy decoration ini, ternyata yang menjadi hambatan untuk berkembang usaha ini adalah tingkat persaingan yang cukup tinggi dari usaha sejenis baik dari sisi kualitas maupun dari sisi harga sehingga volume penjualan yang dihasilkan tidak begitu banyak apalagi kota Bengkulu ini tidak begitu luas dibandingkan dengan kota-kota lain

di Indonesia ini sehingga mengharuskan pemilik usaha tenda ini harus bisa menciptakan tenda yang menarik dan disukai oleh konsumen dan memberikan kepuasan tersendiri.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah dikarenakan ingin mengetahui sampai seberapa besar hubungan antara harga jual (harga sewa) dengan penjualan (pendapatan) yang dihasilkan pada unit usaha sewa tenda dan pelaminan Dandy decoration yang ada di kota Bengkulu ini

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Jasa adalah layanan aktivitas yang tidak memiliki fisik, tidak bisa diraba dan tidak bisa terlihat oleh mata yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lain (Malau 2017:59). Ada 4 ciri khusus jasa, yaitu:

1. Tidak berwujud, mereka menjual jasa seperti misalnya sebuah maskapai penerbangan menjual jasa pelayanan penerbangan dengan mengiklanan tempat duduknya yang lebih nyaman dan lebih luas dan sebagainya sehingga menarik konsumen untuk mencoba jasa penerbangan tersebut
2. Beragam, jasa tidak dapat distandarisasikan. Jasa mempunyai variasi dan bentuk, kualitas, dan jenisnya, tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Kualitas jasa tergantung kepada orang yang memberikan jasa tersebut. Perbedaan pelayanan sangat ditentukan oleh kecakapan, kecepatan, dan kualitas dari masing-masing pemberi jasa. Keragaman atau variasi pelayanan menjadi karakter dari bisnis jasa.
3. Tidak dapat dipisahkan, jasa tidak dapat dipisahkan dari pembeli dan penerima. Jasa dapat dinikmati oleh konsumen pada saat dihasilkan.
4. Tidak memerlukan tempat penyimpanan, karena jasa tidak bisa disimpan.

Pemasaran jasa lebih sulit dibandingkan dengan pemasaran barang, karena konsumen tidak melihat fisik atau wujud barang yang dijual karena memang jasa tidak berwujud. Ada beberapa komponen pertimbangan dalam pemasaran jasa (Malau, 2017:68), yaitu: Lingkungan fisik, logo dan merk, harga, distribusi, promosi, manusia dan proses.

Lingkungan fisik yaitu tempat pelayanan diberikan, dan dimana perusahaan dan pelanggan berinteraksi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dilayani.

Logo dan merk, untuk membedakan rancangan jasa yang diberikan sebagai hal yang mudah diingat oleh pengguna jasa kita.

Harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa. Harga dalam bisnis jasa sering dianggap sebagai indikator atau kualitas jasa yang diberikan, besar kecilnya harga disejajarkan dengan tinggi rendahnya kualitas jasa yang dihasilkan, semakin berkualitas jasa tersebut akan semakin mahal harganya. Harga pada bisnis jasa merupakan

perwakilan kualitas jasa yang diberikan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan produk.

Tujuan perusahaan menetapkan harga adalah a) Untuk bertahan hidup; b) Maksimal laba jangka pendek; c) Maksimal pendapatan jangka pendek; d) Pertumbuhan penjualan maksimum; e) Menyaring pasar secara maksimum; f) Unggul dalam suatu produk. Keenam tujuan penetapan harga ini dapat dicapai melalui strategi penetapan harga.

Penjualan menurut Swastha (2004) adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan dan memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.

Volume penjualan menurut Swastha (2008) adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai maksimal sehingga dapat mencapai laba maksimal untuk menunjang pertumbuhan perusahaan.

Penjualan juga dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang dan jasa bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan tas persetujuan bersama.

Saluran pendistribusian jasa merupakan faktor utama dalam pengembangan strategi pemasaran jasa karena jasa tidak bisa dipisahkan dari sipemberi jasa itu sendiri.

Promosi dapat dilakukan melalui periklanan, dan personal selling, kegiatan pemasaran langsung sering digunakan khusus untuk menjangkau minat pelanggan tertentu.

Proses, ada 4 jenis input yang dapat diproses dalam bisnis jasa yaitu:

1. Pemrosesan terhadap pelanggan, disini pelanggan mencari jasa yang dibutuhkan
2. Pemrosesan terhadap barang /milik, dimana pelanggan mencari organisasi atau penyedia jasa untuk menyediakan jasa barang miliknya.
3. Pemrosesan terhadap stimulus mental, ini diarahkan pada pikiran pelanggan
4. Pemrosesan terhadap informasi

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisa hubungan sebab akibat antara variabel yang mempengaruhi dengan variabel yang dipengaruhi. Disini variabel yang mempengaruhi adalah harga dan yang dipengaruhi adalah volume penjualan.

Lokasi yang menjadi objek penelitian adalah usaha sewa tenda dan pelaminan Dandy decoration yang berada di kota Bengkulu dan variabel penelitiannya adalah harga jual ( sewa tenda dan pelaminan ) dan Volume Penjualan ( pendapatan dari sewa).

Data yang diambil adalah data primer yaitu data yang diambil langsung ke objek penelitian dengan cara survey ke lokasi dan wawancara dengan pemilik usaha tenda tersebut dan data sekunder yaitu berasal dari berbagai literatur yang ada keterkaitannya dengan penulisan penelitian.

Teknik analisa data yang digunakan adalah metode regresi linear sederhana dan analisa korelasi untuk melihat dan mengetahui seberapa besar hubungan antara harga jual dalam hal ini harga sewa tenda dan pelaminan dengan pendapatan usaha sewa tenda dan pelaminan Dandy Decoration di kota Bengkulu.

Rumus regresi linear sederhana (Ibrahim, 2003:70):

$$Y = a + b(x)$$

Keterangan:

- Y = perkiraan pendapatan sewa tenda
- a = konstanta dan dalam kasus ini a berupa nilai biaya tetap
- b = koefisien regresi dalam hal ini sama dengan biaya variabel per unit
- x = harga sewa tenda atau harga jual

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Aspek pemasaran meliputi produk, harga, promosi dan wilayah pemasaran. Menurut Kotler and Armstrong (1997) dalam Ginting (2011: 90). Pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, akuisi, penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk lebih dari sekedar barang yang dapat diukur dan dalam artian luas produk mencakup barang fisik, jasa, orang, organisasi, gagasan, atau gabungan dari semua itu. Produk yang dimaksud dalam tulisan ini adalah jasa yang dihasilkan oleh usaha sewa tenda dan pelaminan Dandy Decoration.

Produk berupa jasa yang dihasilkan oleh usaha Dandy Decoration ini ada 2 yaitu jasa penyewaan tenda dan jasa penyewaan pelaminan. Yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah jasa penyewaan tenda. Tenda yang disewakan disini adalah tenda untuk keperluan pesta pernikahan, untuk keperluan acara syukuran dan lain-lain, dan jenis tenda yang bisa disewakan beraneka ragam sesuai dengan keinginan konsumen, demikian juga dengan kombinasi warna kain tenda sebagai pemanis juga sesuai dengan selera konsumen. Dandy Decoration ini akan memberikan pelayanan yang terbaik untuk dapat memuaskan dan memenuhi selera konsumen. Beraneka warna kain tenda disiapkan oleh tenda Dandy Decoration ini agar konsumen bisa memilih warna kain yang disukai untuk menghiasi tenda yang akan mereka sewa untuk keperluan acara mereka. Kombinasi warna kain sebagai hiasan tenda akan membuat tenda tersebut terlihat lebih menarik dan akan membuat acara mereka tersebut lebih berkesan. Tenda Dandy

Decoration akan menyiapkan dan melayani semua keperluan dan keinginan konsumen dengan sebaik mungkin demi kepuasan pelanggannya.

Diperlukan ketrampilan khusus untuk bisa menciptakan tenda yang begitu bagus dan indah, tapi semua ini diperlukan usaha yang cukup panjang sehingga bisa menampilkan kombinasi warna yang begitu menarik dan konsumen merasa terpuaskan. Melalui tangan-tangan terampil pekerja tenda Dandy Decoration ini yang akan membuat konsumen puas. Untuk bisa menciptakan tenda yang cantik dan elok diperlukan kesabaran dan ketelitian dalam memilih kombinasi warna kain yang akan digunakan, dan biaya tentunya. Untuk mendapat tenda yang cantik tentunya harus disertai kain yang cantik dalam arti kata perpaduan dan kombinasi warna kain yang digunakan dan yang disematkan pada tenda dan dibuat sedemikian rupa sehingga tenda tersebut menjadi indah dan menawan.

Semakin indah tenda yang dibuat semakin mahal harga sewanya, karena tenda yang indah memerlukan kain yang bagus dan tentunya harganya pun mahal dan tenda yang indah ini dikerjakan oleh tangan-tangan terampil yang dapat menciptakan produk yang indah. Dan konsumen suka dengan tenda yang indah dan mereka puas walaupun harus membayar dengan harga yang mahal.

Ternyata perhitungan dengan menggunakan analisa regresi linear sederhana diperoleh hasil, bahwa harga jual sangat mempengaruhi volume penjualan, dimana hasilnya adalah

$$Y = 3.995 + 25,1 (x)$$
$$R = 0,9927$$

Keterangan:

Y = volume penjualan dalam rupiah  
X = Harga sewa tenda

Jika harga jual atau harga sewa naik maka penjualan juga akan naik ini tercermin dari nilai (a) dan nilai (b) yang positif.

R = koefisien korelasi, yang mencerminkan hubungan antara variabel terikat volume penjualan dengan variabel bebas harga jual atau harga sewa tenda.

R = 0,997 artinya nilai  $r < 0$  dan hampir mendekati angka 1 ini menunjukkan antara harga jual dengan volume penjualan menunjukkan hubungan yang sangat erat.

## **Pembahasan**

Dalam membeli suatu produk berupa jasa banyak pertimbangan tersendiri yang harus kita perhatikan, terutama menyangkut fungsi dan kegunaannya. Disamping itu juga harus dilihat apakah produk tersebut sudah dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan kita dan dapat memuaskan kita. Setiap produk yang kita beli, pasti kita berharap dapat memperoleh segala sesuatu yang dapat memenuhi semua kebutuhan dan keinginan kita terhadap produk tersebut, dan juga dapat memuaskan.

Tenda sebagai produk yang dapat membuat orang yang menggunakannya merasa nyaman, dingin tidak panas karena tidak terkena sinar matahari, dan dengan ditambah kain yang beraneka warna yang dirajut demikian rupa sehingga mempercantik penampilan acara yang sedang berlangsung. Tamu-tamu yang diundangpun merasakan hal yang sama dengan apa yang dirasakan tuan rumah. Dengan adanya tenda sebagai sarana tambahan untuk menampung tamu undangan pada setiap acara sangat membantu sekaligus akan memperindah tempat acara tersebut.

Pembeli adalah raja, ini adalah pepatah kuno tapi masih berlaku sampai sekarang. Memang benar, kita selaku tuan rumah dari setiap acara yang kita lakukan harus dapat menjamin tamu yang kita undang merasa nyaman. Dengan adanya tenda ini sangat membantu sekali. Harga yang ditetapkan oleh usaha ini tergantung dengan kualitas tenda yang diinginkan. Semakin bagus dan berkualitas tenda yang diinginkan oleh konsumen maka harga sewanya akan semakin mahal karena ada sentuhan tangan yang dihasilkan. Harga pada bisnis jasa merupakan perwakilan kualitas jasa yang diberikan, dan ini terlihat dari hasil perhitungan dengan analisa korelasi nyata hubungan antara harga jual (sewa) dengan penjualan (pendapatan) sangat erat sekali yaitu 0,9927. Demikian juga dengan hasil dengan menggunakan analisa regresi linier sederhana menunjukkan nilai yang cukup bagus yaitu  $Y = 3.995.000 + 25,1(x)$  angka ini menunjukkan harga mempengaruhi secara proporsional dengan penjualan, artinya kalau harga naik maka penjualan atau pendapatan juga akan naik.

Salah satu karakteristik jasa adalah konsumen tidak dapat melihat barang yang dijual tapi hanya dapat merasakan apakah jasa yang dijual ini bagus atau tidak. Untuk itulah sipemilik jasa harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik yang bisa membuat konsumen terkesan akan jasa yang diberikan dan konsumen bersedia membayar mahalakan jasa yang diberikan.

Menurut Gronroos (dalam Kotler, 2005) mengatakan bahwa dalam pemasaran jasa dibutuhkan tiga jenis pemasaran yaitu (1) Eksternal marketing yaitu berkaitan dengan pihak luar perusahaan seperti misalnya menetapkan harga, distribusi dan mempromosikan jasa, (2) Internal marketing, yaitu bagaimana perusahaan memotivasi dan melatih internal customer perusahaan yaitu agar karyawan perusahaan tersebut dapat melayani pelanggan dengan baik dan (3) *Interactive marketing* yaitu bagaimana kemampuan karyawan menguasai bidangnya dalam menghadapi pelanggan. Ketiga hal inilah yang telah dilakukan oleh unit usaha sewa tenda Dandy Decoration untuk bisa memanjakan konsumennya .yang terpenting kalau konsumen puas perusahaan juga akan puas. Kepuasan konsumen diatas segala-galanya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Terdapat hubungan yang erat antara harga jual (sewa tenda )dengan pendapatan sewa tenda dilihat dari hasil analisa korelasi dimana nilai  $R = 0,9927$ . Nilai  $R > 0$  atau

mendekati angka 1 ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara variabel harga dengan variabel penjualan.

2. Ada pengaruh yang signifikan antara harga jual dengan penjualan dimana hasil analisa regresi linear sederhana diperoleh hasil  $Y = 3,995 + 25,1 ( x )$ . Nilai b yang positif ini menunjukkan arah bahwa antara harga jual (sewa) dengan penjualan (pendapatan sewa) positif yang artinya harga sewa tenda akan mempengaruhi pendapatan sewa secara proporsional atau searah.
3. Harga sewa naik dikarenakan kualitas jasa yang diberikan juga naik artinya lebih baik dan lebih bagus sehingga kepuasan konsumen terpenuhi.
4. Usaha sewa tenda ini tidak menggunakan media surat kabar, televisi lokal, usaha ini hanya memanfaatkan *instagram* sebagai sarana mempromosikan usahanya dan ternyata cukup mendapatkan respon positif dari masyarakat kota Bengkulu.

### Saran

1. Dikarenakan tingkat persaingan tinggi, diharapkan kepada pengusaha sewa tenda dan pelaminan Dandy Decoration untuk lebih meningkatkan kualitas layanannya kepada konsumen dengan memberikan hasil yang memuaskan sehingga konsumen yang memesan tenda lebih banyak lagi.
2. Kepada pihak terkait yaitu Pemerintah setempat untuk membantu mempromosikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan yang pada akhirnya bisa menambah pendapatan daerah melalui pajak usaha yang dibayarkan oleh pengusaha tenda yang ada di kota Bengkulu.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, Nembah, F. Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: Yrama Widya. Bandung.
- Ibrahim, H.M Yacob. 2003. *Study Kelayakan Bisnis*. Penerbit: Rineka Cipta. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian, edisi Bahasa Indonesia*. Penerbit: Prehallindo. Jakarta
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi*, Penerbit: Alfabeta. Bandung.
- Philip, Kotler dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2004. *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi: 2 Get VHI. Penerbit: Liberty. Yogyakarta.