

Peran Lokasi Usaha dan Saluran Distribusi Dalam Mempengaruhi Volume Penjualan Pedagang Kaki Lima di Area Taman Iring Witu Kota Buntok

Valentino Rahman

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Dahani Dahanai Buntok, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Jun 9, 2025

Revised Jun 12, 2025

Accepted 17, 2025

Keywords:

Lokasi Usaha
Saluran Distribusi
Volume Penjualan
Pedagang Kaki Lima

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dalam berbagai sektor, yang mana salah satu indikator penilaian suatu usaha dikatakan sukses dan berkembang adalah meningkatnya volume penjualan usaha tersebut. Terdapat beberapa variabel yang tentunya dapat mempengaruhi volume penjualan tadi. Penelitian ini ingin mengukur pengaruh Lokasi Usaha dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan Pedagang Kaki Lima di area Taman Iring Witu kota Buntok. Jenis Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif dengan melakukan pengujian hipotesis. Responden dalam penelitian ini adalah para pedagang kaki lima yang melakukan kegiatan usaha di taman Iring Witu Kota Buntok Kabupaten Barito Selatan. Peneliti menggunakan teknik penarikan sampel dengan metode *Total Sampling*. Metode Analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda, Uji t (Parsial), dan Uji F (Simultan), serta Uji Determinasi. Hasil yang diperoleh dalam perhitungan regresi linier sederhana adalah $Y = 5,160 + 0,569X_1 - 0,093X_2$ dimana nilai konstanta (a) sebesar 5,160, nilai koefisien (b) X_1 sebesar 0,569 dan nilai koefisien (b) X_2 sebesar -0,093. Kemudian diperoleh hasil pengaruh Lokasi terhadap Volume Penjualan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ $15,358 > 1,685$, dan hasil dari pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ $-1,298 < 1,685$, kemudian secara simultan didapat hasil $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ $117,977 > 3,24$. Kesimpulan penelitian adalah bahwa Lokasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan, Saluran Distribusi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Volume Penjualan, serta secara bersama-sama Lokasi Usaha dan Saluran Distribusi memiliki pengaruh positif terhadap Volume Penjualan Pedagang Kaki Lima di area Taman Iring Witu Kota Buntok.

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.



Corresponding Author:

Valentino Rahman

Program Studi Manajemen,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
Dahani Dahanai Buntok
email: valentinorahman14@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Indonesia saat ini merupakan negara yang bergerak menuju kearah negara dengan perekonomian maju, dimana sektor pendukung hal tersebut tidak terlepas dari peran serta usaha-usaha mikro yang dijalankan rakyat yang menciptakan simbiosis bagus antar lini penggerak ekonomi negara. Secara umum, peran sektor usaha kecil atau biasa dikenal dengan istilah Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) mengambil sudut pandang bahwa usaha kecil dapat menjadi tumpuan harapan bangsa untuk pembangunan nasional. Maka daripada itu bagian penting dalam perekonomian Indonesia ialah melalui peran usaha kecil tersebut.

UMKM biasa disebut sebagai usaha yang seringkali identik dengan usaha kecil yang dapat berupa toko kelontongan, warung, atau bahkan pedagang kaki lima. Pemerintah sendiri telah menggolongkan klasifikasi apa saja yang termasuk UMKM dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM adalah sebagai bisnis yang dijalankan badan usaha mikro, rumah tangga, maupun individu.

Pada perjalanan suatu usaha berkenaan dengan sukses tidaknya penerapan suatu strategi terutama strategi dalam memasarkan produk yang dijual, maka pemilihan lokasi usaha yang tepat serta kelancaran saluran distribusi bahan baku juga harus menjadi pertimbangan seorang *entrepreneur* sebelum memulai bisnis guna tercapainya volume penjualan yang bagus, sebab dalam upaya mendapatkan laba yang maksimal, kemudian sebagai penunjang usaha yang dijalankan, maka setiap pelaku usaha harus mampu mencapai tingkat volume penjualan yang optimal sebagaimana yang diharapkan.

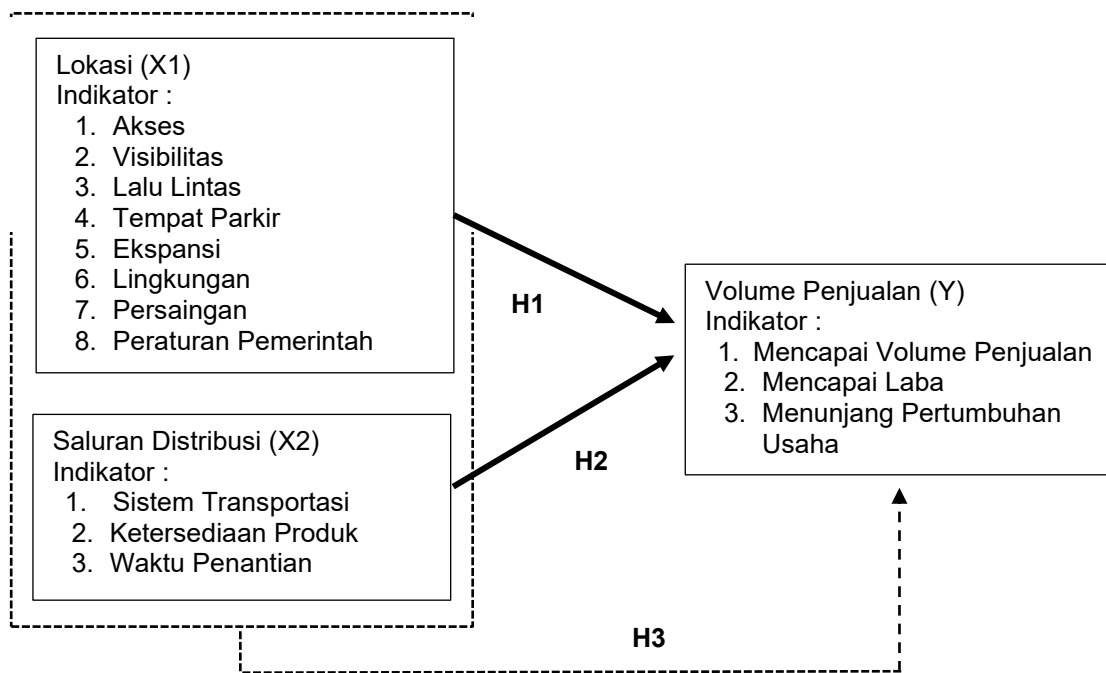
Volume Penjualan menurut Asri (2009:52) adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu. Jadi volume penjualan dapat dikatakan sebagai hasil kegiatan penjualan yang diukur dengan satuan. Menurut Kotler yang dikutip Swastha dan Irawan (2013:404), menyimpulkan bahwa ada beberapa indikator dari volume penjualan adalah sebagai berikut: 1. Mencapai volume penjualan tertentu; 2. Mendapatkan laba tertentu; 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan. (Wida Rahmayani et al., 2023)

Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor yang mendukung konsumen semakin puas, yang mana membuat konsumen akan cenderung lebih senang jika berbelanja di lokasi yang strategis dan nyaman dibandingkan dilokasi yang tidak sesuai untuk tempat bisnis (Sintya 2021). Oleh karena itu, lokasi sebagai suatu keputusan pebisnis dalam menentukan tempat bisnis, menjalankan bisnis, dan mendistribusikan kepada konsumen barang atau jasa yang merupakan kegiatan bisnisnya (Desrianto; Afridola 2020). Menurut Fandy Tjiptono dalam (Tanjung 2020) mengemukakan bahwa ada 8 indikator lokasi, yaitu: (1) Akses, (2) Visibilitas, (3) Lalu lintas, (4) Tempat parkir, (5) Ekspansi, (6) Lingkungan, (7) Persaingan (lokasi pesaing), dan (8) Peraturan pemerintah. (Kholidah, Hidayat, Jamaludin, Leksono & ISSN, 2023)

Sementara saluran distribusi sebagaimana pendapat Tjiptono (2015) menyatakan saluran distribusi adalah rute atau serangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar atau independen dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Kotler & Armstrong (2018) mengemukakan indikator saluran distribusi sebagai berikut: 1) Sistem Transportasi 2) Ketersediaan Produk 3) Waktu Penantian. (Novitasari et al., 2021)

Setiap pelaku usaha seperti halnya pedagang kaki lima yang mana tempat usahanya biasanya *portable* atau mudah berpindah tempat tentu sangat bergantung pada tempat atau lokasi berjualan yang menunjang untuk mendapatkan target melalui volume penjualan yang ditentukan. Biasanya tempat-tempat keramaian yang dikunjungi banyak orang tentu menjadi lokasi yang terbilang tepat untuk menjajakan dagangan tersebut seperti misalnya taman bermain, rest area, sekolah-sekolah, dan juga fasilitas-fasilitas umum lainnya. Selain lokasi usaha, saluran distribusi dalam hal ini kemudahan pemenuhan bahan baku produk yang dijual juga tidak kalah penting sebagai penunjang tercapainya volume penjualan, oleh karena itu selain pemilihan lokasi usaha yang tepat, ketersediaan bahan baku melewati kelancaran saluran distribusi juga merupakan hal yang pantas untuk diukur.

Berlandaskan uraian diatas menunjukkan bahwa pemilihan lokasi usaha yang tepat serta kelancaran saluran distribusi bahan baku tentunya akan mempengaruhi tingkat atau volume penjualan sebuah usaha, lokasi dan saluran distribusi juga merupakan faktor yang perlu dan harus diperhatikan oleh setiap pelaku usaha untuk berusaha mencapai volume penjualan yang diharapkan sehingga hal ini penting untuk diteliti untuk menggambarkan fenomena terkait lokasi usaha dan saluran distribusi dalam pengaruhnya terhadap volume penjualan tersebut serta bagaimana langkah maupun strategi yang semestinya dilaksanakan untuk perbaikan kedepan.



Gambar 1.Kerangka Konseptual

Hipotesis :

- 1) Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan Lokasi (X1) terhadap Volume Penjualan (Y) Pedagang Kaki Lima di area Taman Iring Witu Kota Buntok.
- 2) Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan Saluran Distribusi (X2) terhadap Volume Penjualan (Y) Pedagang Kaki Lima di area Taman Iring Witu Kota Buntok.
- 3) Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan Lokasi (X1) dan Saluran Distribusi (X2) secara Bersama-sama terhadap Volume Penjualan (Y) Pedagang Kaki Lima di area Taman Iring Witu Kota Buntok.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni riset yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta korelasi-korelasinya. Tujuan daripada Penelitian Kuantitatif adalah mengukur secara matematis, menentukan hipotesis melalui teori yang dikaitkan dengan fenomena yang terjadi melalui perhitungan. (Rahman, 2021)

Menurut Sugiyono (2017:7) penelitian kuantitatif disebut dengan nama metode *tradisional positivistic*, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode *positivistic* karena berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi sekaligus Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh Pedagang Kaki Lima yang berjualan atau melakukan kegiatan usahanya di area sekitaran Taman Iring Witu di Kota Buntok Kabupaten Barito Selatan Kalimantan Tengah, yang setelah dilakukan survei berjumlah 42 (empat puluh dua) orang.

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Total Sampling*. Menurut Sugiyono (2012) *Total Sampling* adalah sampel yang mewakili jumlah populasi yaitu mengambil keseluruhan populasi yang ada. *Total Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dimana jumlah sampel sama dengan jumlah populasi.

Teknik Analisa Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dengan teknik pengukuran menggunakan Skala Likert. Pengujian instrument penelitian menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Analisa data melewati regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji Determinasi menggunakan aplikasi SPSS 26.

a. Pengujian Instrumen

Uji Validitas menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Uji Reliabilitas disini digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian. Dalam penelitian ini, reliabilitas ditentukan dengan menggunakan Cronbach's alpha (*Cronbach's alpha*). Jika nilai alpha lebih besar dari 0,70, maka menunjukkan bahwa reliabilitas kurang memadai, sedangkan jika lebih besar dari 0,80, maka menunjukkan bahwa setiap item reliabel dan setiap subjek tes memiliki reliabilitas yang tinggi. (Ghozali, 2016)

b. Analisa Data

Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2019:275) Analisis Regresi Ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Persamaan Regresi untuk dua Prediktor adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Y	: Variabel Volume Penjualan
a	: Konstanta
b_1b_2	: Koefisien regresi variabel independen
X_1	: Variabel Lokasi
X_2	: Variabel Saluran Distribusi

Uji T atau Uji Parsial digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap Variabel terikat (Y). Signifikan dalam hal ini artinya pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk :

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, Artinya tidak terdapat pengaruh Variabel bebas terhadap Variabel terikat
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, Artinya terdapat Pengaruh Variabel bebas terhadap Variabel terikat

Dalam menentukan tingkat signifikan menggunakan $\alpha = 0.05$ atau 5% adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian, bila nilai $\alpha < 0.05$ maka pengaruh antar variabel dinyatakan signifikan.

Uji F merupakan pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Feriyanto, 2021). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner terhadap 42 orang Pedagang Kaki Lima sebagai responden, seluruh item pernyataan sebanyak 30 item pernyataan nilai Product Moment Pearson r -hitung > r -tabel (0,3044) dan dinyatakan valid dan nilai Cronbach Alpha > 0,60 sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 1. Hasil output dari aplikasi SPSS 26 setelah dilakukan Analisa adalah sebagai berikut :

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.160	2.799		1.843	.073
	Lokasi	.569	.037	.931	15.358	.000
	Distribusi	-.093	.071	-.079	-1.298	.202

a. Dependent Variable: Vol Penjualan

Dari data diatas didapat persamaan untuk Regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 5,160 + 0,569X_1 - 0,093X_2$$

Koefisien regresi ini menunjukkan besarnya kontribusi variabel Lokasi (X1), jika nilai skornya 0 sehingga Volume Penjualan (Y) nilainya 5,160. Kemudian koefisiensi regresi (b1) pada variabel X1 nilainya sebesar 0,569, artinya jika Lokasi meningkat sebanyak 1 maka Volume Penjualan akan mengalami peningkatan sebesar 0,569 artinya terjadi hubungan positif antara Lokasi dengan Volume Penjualan.

Besarnya kontribusi variabel Saluran Distribusi (X2), jika nilai skornya 0 sehingga Volume Penjualan (Y) nilainya 5,160. Kemudian koefisiensi regresi (b2) pada variabel X2 nilainya sebesar -0,093, artinya jika Saluran Distribusi meningkat sebanyak 1 maka Volume Penjualan akan mengalami penurunan sebesar 0,093 artinya terjadi hubungan negatif antara Saluran Distribusi dengan Volume Penjualan.

Uji t (parsial) :

Variabel Lokasi (X1) t -hitung > t -tabel 15,358 > 1,685 dan signifikansi < 0,05 menunjukkan bahwa Lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

Variabel Saluran Distribusi (X2) t -hitung < t -tabel -1,298 < 1,685 dan signifikansi > 0,05 menunjukkan bahwa Saluran Distribusi (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Volume Penjualan (Y)

Tabel 2. Uji F (Simultan) :

Tabel.2 ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	387.581	2	193.791	117.977	.000 ^b
	Residual	64.062	39	1.643		
	Total	451.643	41			

a. Dependent Variable: Vol Penjualan

b. Predictors: (Constant), Distribusi, Lokasi

Data diatas menunjukkan hasil output SPSS untuk nilai F-hitung, dimana nilai F-hitung > F-tabel 117,977 > 3,24 dengan signifikansi < 0,05, Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya Lokasi (X1) dan Saluran Distribusi (X2) secara simultan (Bersama-sama) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

Uji Determinasi

Tabel.3 Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.858	.851	1.282

a. Predictors: (Constant), Distribusi, Lokasi

Berdasarkan data di atas diperoleh nilai R^2 (R Square) sebesar 0,858 atau (85,8 %). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel Lokasi dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan Pedagang Kaki Lima di area Taman Iring Witu Kota Buntok sebesar 85,8 %. Sedangkan sisanya sebesar 14,2 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Variabel Lokasi terhadap Volume Penjualan

Lokasi sebagai suatu keputusan pebisnis dalam menentukan tempat bisnis, menjalankan bisnis, dan mendistribusikan kepada konsumen barang atau jasa yang merupakan kegiatan bisnisnya (Desrianto; Afridola 2020). Berdasarkan hasil dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa Variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Pedagang Kaki Lima di area Taman Iring Witu Kota Buntok telah menjelaskan peranan pemilihan lokasi yang tepat sebagai tempat menjual sesuatu baik itu barang atau jasa kepada konsumen sangat vital dalam upaya pedagang untuk memperoleh pendapatan dan laba dari volume penjualan yang optimal.

Melalui distribusi frekuensi tanggapan responden untuk 8 (delapan) indikator dari variabel Lokasi (X1) nilai tertinggi ada pada indikator Ekspansi dengan bunyi pernyataan “Luasnya lahan juga mampu memberikan tempat bagi para pedagang untuk menjajakan dagangannya di taman tersebut.” Hal demikian dapat diartikan bahwa area Taman Iring Witu luas sehingga mampu menampung banyak pengunjung, yang mana semakin banyak pengunjung maka peluang mereka untuk berbelanja sesuatu di Pedagang yang berjualan di taman tersebut tentunya juga semakin besar.

Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan

Tjiptono (2015) menyatakan saluran distribusi adalah rute atau serangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar atau independen dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Berdasarkan hasil dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa Variabel Saluran Distribusi berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Volume Penjualan Pedagang Kaki Lima di area Taman Iring Witu Kota Buntok, hal tersebut dapat dijelaskan bahwa meskipun terdapat kecenderungan apabila Saluran Distribusi meningkat maka Volume Penjualan akan mengalami penurunan, ada kemungkinan bahwa Saluran Distribusi bukan variabel yang dominan dalam mempengaruhi Volume Penjualan, jadi selain variabel Lokasi yang sudah terbukti mempengaruhi maka terdapat variabel lainnya yang belum dibahas dalam penelitian ini yang mungkin saja bisa mempengaruhi Volume Penjualan.

Sebagai tambahan penjelasan, melalui distribusi frekuensi tanggapan responden untuk 3 (tiga) indikator dari variabel Saluran Distribusi (X2) nilai tertinggi ada pada indikator Sistem Transportasi dengan bunyi pernyataan “Transportasi untuk mengangkut produk jualan bisa menggunakan jalur darat maupun air karena keberadaan Taman Iring Witu dipinggir jalan raya sekaligus dipinggir sungai”. Hal demikian menunjukkan bahwa jalur transportasi untuk mengangkut produk dari berbagai sisi tersebut harus mampu dimaksimalkan oleh Pedagang untuk dapat meningkatkan Volume Penjualan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan judul yang diangkat dalam penelitian ini yaitu “Peran Lokasi Usaha dan Saluran Distribusi Dalam Mempengaruhi Volume Penjualan Pedagang Kaki Lima di Area Taman Iring Witu Kota Buntok”, serta tujuan daripada penelitian ini yaitu ingin mengukur dan menganalisa pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent, didapat hasil bahwa variabel Lokasi merupakan variabel yang mempengaruhi positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Pedagang Kaki Lima, ini menunjukkan bahwa lokasi Taman Iring Witu merupakan tempat yang sangat cocok untuk melakukan kegiatan bisnis atau berjualan karena memang Taman Iring Witu berada ditengah Kota dengan akses yang mudah dijangkau, maka memilih Taman Iring Witu sebagai tempat berjualan akan sangat menunjang untuk meningkatkan volume penjualan para pedagang. Sementara itu untuk variabel Saluran Distribusi mempengaruhi negative namun tidak signifikan terhadap Volume Penjualan Pedagang Kaki Lima, hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan terdapat variabel lain diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi secara signifikan volume penjualan. Pengaruh negative Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan dapat juga menunjukkan bahwa hal-hal terkait saluran distribusi bukan merupakan suatu masalah vital terhadap volume penjualan artinya naik turun ataupun baik buruk terkait sesuatu yang berhubungan dengan saluran distribusi tidak sampai berdampak kuat terhadap volume penjualan Pedagang Kaki Lima di area Taman Iring Witu Kota Buntok. Hasil yang didapat dari penelitian ini dapat kiranya menjadi acuan dalam menerapkan

langkah-langkah atau strategi dalam meningkatkan volume penjualan dengan melihat faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi volume penjualan tersebut. Hal-hal yang mungkin belum dibahas dalam penelitian ini ataupun variabel-variabel lain yang belum diukur semoga bisa dibahas pada penelitian berikutnya nanti.

REFERENSI

- Amstrong, G & Kotler P. 1997. Prinsip-prinsip Pemasaran. Cetakan Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Ela Elliyana, S. E., Erwin, M. M., SE, M., Dwita, F., Log, S. T., Mohdari, M. D. H., ... & SE, M. Manajemen Pemasaran Lanjutan.
- Ghozali, I., 2006, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Grieshaber, S. (2020). Equity and research design. In *Doing early childhood research* (pp. 177–191). Routledge.
- Kholidah, Hidayat, Jamaludin, Leksono, 4Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.(2023).KAJIAN ETNOSAINS DALAM PEMBELAJARAN IPA UNTUK MENUMBUHKAN NILAI KEARIFAN LOKAL DAN KARAKTER SISWA SD CHANOS CHANOS).MELALUI SATE BANDENG. Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, & ISSN. (2023).*Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 43(4), 342–346.
- Novitasari, D., Ekonomi, F., Nusantara, U., Kediri, P., Kh, J., Dahlan, A., Kediri, N., & Timur, J. (2021). Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh- oleh Gudange Tahu Takwa. *Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(1), 55–63.
- Rahman, Valentino. (2021). Evaluasi Penentu Minat Studi Pada Perguruan Tinggi Swasta dengan Perspektif Marketing Mix. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 71. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i2.4366>
- Rangkuti, Freddy. (2017). Riset Pemasaran, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, P. D. (2018). Metode Penelitian Bisnis *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang, 2012, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CAPS.
- Tjiptono, F. (2005). Brand management & strategy. Yogyakarta: Andi.
- Wida Rahmayani, M., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 131–140. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.1428>