

## PELATIHAN MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK LOKAL DI PULAU NGUWAN

Tiurniari Purba<sup>1</sup>, Erni Yanti Natalia<sup>2</sup>, Vargo Christian L. Tobing<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam

Email: [tiurniari@gmail.com](mailto:tiurniari@gmail.com)

### ABSTRAK

Menindaklanjuti hasil PKM sebelumnya di Pulau Nguwan yaitu tentang pelatihan kewirausahaan kerupuk singkong bagi ibu ibu rumah tangga, diadakan PKM dengan topik Pelatihan Manajemen Pemasaran Produk Lokal. Pulau Nguwan adalah salah satu pulau yang termasuk dalam Kecamatan Galang, Batam. Pulau Nguwan berpenduduk 123 KK dan pada umumnya hidup dari menangkap ikan dan mencari kayu bakau. Beberapa keahlian dalam membuat produk dengan bahan mentah dari lokal sudah dipahami dan bisa dipraktikkan masing masing oleh ibu-ibu di Pulau Nguwan. Yang menjadi masalah adalah tidak adanya pemahaman bagaimana mendistribusikan hasil produk tersebut keluar dari Pulau Nguwan dalam artian menjual. Oleh karena itu, Tim PKM menawarkan kepada aparat Pulau Nguwan untuk memberikan pelatihan bagaimana melakukan pemasaran terhadap produk tersebut. Metode pelaksanaan pelatihan ini diadakan selama dua hari, dimana hari pertama melakukan penyuluhan dan diskusi tentang manajemen pemasaran. Hari kedua dilanjutkan dengan praktek berjualan secara *offline* dan *online*. Peserta pelatihan sebanyak 15 orang ibu rumah tangga. Hasil dari pelatihan ini memberikan respon yang sangat positif dan berharap ada keberlanjutan untuk pelatihan-pelatihan keahlian yang lain.

**Kata kunci:** Pelatihan, Manajemen, Pemasaran.

### ABSTRACT

*Following up on the results of the previous PKM on Nguwan Island, namely regarding cassava cracker entrepreneurship training for housewives, a PKM was held with the topic of Local Product Marketing Management Training. Nguwan Island is one of the islands included in Galang District, Batam. Nguwan Island has a population of 123 families and generally lives from fishing and looking for mangrove wood. Some of the skills in making products using local raw materials are understood and can be practiced by women on Nguwan Island. The problem is that there is no understanding of how to distribute the products out of Nguwan Island in terms of selling them. Therefore, the PKM Team offered Nguwan Island officials to provide training on how to market these products. This training implementation method is held for two days, where the first day provides counseling and discussions about marketing management. The second day continued with the practice of selling offline and online. The training participants were 15 housewives. The results of this training provided a very positive response and it is hoped that there will be continuity for other skills training.*

**Keywords:** Training, Management, Marketing.

### PENDAHULUAN

#### Analisis Situasi

Menindaklanjuti PKM yang sebelumnya telah dilakukan yaitu tentang pelatihan kewirausahaan kerupuk singkong bagi ibu ibu rumah tangga, dilakukan pelatihan selanjutnya yaitu pelatihan manajemen pemasaran. Mengulas sekilas tentang PKM sebelumnya adalah Kota Batam terdiri dari 12 kecamatan yang menyebar sampai keluar pulau. Sembilan kecamatan berada dalam satu wilayah pulau yaitu Pulau Batam sementara tiga kecamatan lagi diluar wilayah Pulau Batam atau tinggal didaerah pesisir

(*hinterland*), salah satunya adalah kecamatan Galang. Kecamatan Galang memiliki 11 kelurahan yang menyebar di beberapa pulau, diantaranya ada Pulau Nguan dengan jumlah penduduk sekitar 123 KK (Kantor Kecamatan Galang).

Setelah pelaksanaan PKM sebelumnya dengan topik pelatihan kewirausahaan kerupuk singkong bagi ibu ibu rumah tangga, para peserta pelatihan menyampaikan permasalahan yang mereka hadapi setelah mahir dalam membuat beberapa jenis produk. Semua business owner pasti pernah menemui masalah dalam menjalankan bisnisnya, termasuk diantaranya strategi pemasaran (*marketing*) untuk memperkenalkan dan memasarkan produk atau jasa dengan lebih efektif lagi. Jadi tidak heran bagi ibu ibu peserta pelatihan yang tinggal di sebuah pulau diujung Bareleng.

Penduduk didaerah pesisir pada umumnya adalah nelayan yang hidupnya jauh dari sejahtera karena hanya bergantung pada hasil alam tanpa melakukan pengolahan sama sekali, dalam artian “mentah di dapat, mentah dijual”. Mereka pada umumnya hidup dari menangkap ikan di laut dan mencari kayu bakau (*mangrove*) untuk dijadikan arang kayu. Strategi pemasaran yang tidak matang dapat menjadi penyebab utama strategi pemasaran bisnis bermasalah. Umumnya, merek hanya berfokus pada produk, produk dan produk tanpa memperhatikan kebutuhan dan juga preferensi target market yang dituju. Hal ini dapat menyebabkan strategi yang dilakukan kurang maksimal dalam mendatangkan *customer* maupun *revenue*.

Rendahnya tingkat pendidikan mereka terjadi karena keterbatasan sarana dan prasarana pendidikan yang tersedia serta rendahnya tingkat pendapatan masyarakatnya. Seiring berjalannya waktu dan semakin ketatnya persaingan, ini bahkan menjadi tantangan yang semakin besar. Apalagi ada banyak kompetitor yang sama-sama mempromosikan konten dan produk mereka kepada potential customer atau prospek. Permasalahan ini tidak sebatas atau sesederhana ini. Ada permasalahan lain seperti masalah anggaran.

Memiliki anggaran yang sesuai dengan berbagai inisiatif yang ingin dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan sales merupakan kendala besar bagi marketing di seluruh dunia. Seringkali, *budget marketing* lebih kecil dibanding ekspektasi yang harus digenerate dari semua proses marketing. Hal ini nantinya akan berdampak pada hal ketidakmampuan brand dalam mengoptimalkan strategi yang menggabungkan berbagai kegiatan marketing dalam saktu waktu untuk meningkatkan penjualan. Tanpa *marketing mix* yang optimal maka pemasaran produk pun dapat terkendala. Kondisi ini lebih sering dialami oleh bisnis kecil yang tidak memiliki anggaran terukur untuk marketing. Namun, sebenarnya cara menghemat budget untuk tim marketing Anda tidaklah sesulit itu. Ada upaya yang bisa Anda lakukan.

Masyarakat nelayan sebenarnya mempunyai banyak waktu luang yang dapat dimanfaatkan selain usaha penangkapan ikan. Aktivitas penangkapan ikan yang mereka lakukan sangat tergantung pada musim angin. Secara perhitungan sederhana, diperkirakan rata-rata waktu produktif nelayan dalam usaha penangkapan ikan adalah dalam satu tahun, hanyalah sekitar 9 bulan dan dalam satu bulan hanya sekitar 20 hari. Dengan kondisi yang demikian maka perlu dilakukan upaya untuk mengembangkan usaha lain selain usaha penangkapan ikan dalam rangka meningkatkan pendapatan nelayan dari satu sisi. Usaha tersebut dapat dimulai dengan memanfaatkan waktu luang nelayan dan keluarganya sampai menjadikan usaha tersebut sebagai mata pencaharian pokok oleh sebahagian dari keluarga nelayan (Purba, 2017). Oleh karena itu penting dilakukan pemberdayaan masyarakat pesisir melalui pelatihan keterampilan usaha lain yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Pulau Nguan merupakan salah satu pulau yang terletak di Kecamatan Galang Baru. Wilayah Kecamatan Galang Baru berada pada ketinggian 0-50 meter dari permukaan laut, dengan luas wilayah 394,681km<sup>2</sup> yang terdiri dari wilayah darat yaitu seluas 50,287 km<sup>2</sup> dan wilayah laut seluas 344,394 km<sup>2</sup>. Sebagian besar daratan wilayah ini berbukit-bukit dan hanya 20 % wilayah daratnya yang datar sampai bergelombang. Secara geografis Kelurahan Galang Baru memiliki posisi 0°41'40"- 0°36'31,1" Lintang Utara dan 104°12'29,2-104°21'31,9" Bujur Timur. Batas daerah Kecamatan Galang Baru adalah sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Sijantung, sebelah selatan berbatasan dengan Pulau Abang, sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Senayang dan disebelah Timur berbatasan dengan Pulau Abang. Pulau Nguan sendiri memiliki luas wilayah lebih kurang 6 km<sup>2</sup> yang berjarak 1 (satu) kilometer dari Pulau Galang Baru melalui jalur laut.

Sebagaimana kawasan di Kepulauan Riau lainnya, kelurahan Galang Baru berada pada garis equatorial yang berada pada dua Lintang Selatan dan Utara yang memiliki iklim yang khas, dimana musim hujan lebih panjang dari musim kemarau. Iklim yang terdapat dikawasan ini mempunyai iklim tropis dengan suhu minimum berkisar 21,4°C-23,9°C dan suhu maksimum berkisar 31,8° C – 34,1° C. Sedangkan suhu rata-rata sepanjang tahun 2014 adalah 26,3°C-28,2°C.

Penduduk Kelurahan Galang Baru berdasarkan data terakhir BPS Kota Batam Desember 2014 adalah sebanyak 2944 jiwa. Berdasarkan jenis kelamin, jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1590 jiwa dan penduduk perempuan 1249 jiwa. Penduduk Kelurahan Galang Baru didominasi oleh etnis/suku Melayu, sebagian kecilnya adalah etnis Tionghoa, Buton, Minang dan Batak. Sebagian besar penduduk memeluk agama Islam (83,7%), sedangkan yang lainnya memeluk agama Katholik (3,3%), Protestan (4,4%), Budha (9,3%) dan Konghucu (0,3%).

Pulau Nguan terdiri dari 2 RT yang dihuni lebih kurang 123 Kepala Keluarga yang sebagian besar mata pencaharian penduduk adalah nelayan. Sekilas mengenai Pulau Nguan. Pulau Nguan merupakan salah satu wilayah bagian dari kelurahan Galang Baru yang dihuni lebih kurang 123 Kepala Keluarga yang sebagian besar mata pencaharian penduduk adalah nelayan. Dari hasil wawancara dengan kepala RT dan masyarakat disana mengeluhkan jumlah tangkapan ikan yang sangat menurun 6 bulan terakhir ini. Hal ini disebabkan oleh aktivitas kapal-kapal yang bersandar ditengah laut, yang mengganggu ekosistem laut. Penurunan pendapatan dari menangkap ikan menyebabkan masyarakat mengambil langkah lain seperti meminjam uang dari rentenir.

## PERMASALAHAN

Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan ketua RT (rukun tetangga) di Pulau Nguan bahwa permasalahan kehidupan masyarakatnya adalah:

1. Tidak ada sama sekali strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang tidak matang dapat menjadi penyebab utama strategi pemasaran bisnis Anda bermasalah. Umumnya, brand hanya berfokus pada produk, produk dan produk tanpa memperhatikan kebutuhan dan juga preferensi target market yang dituju. Hal ini dapat menyebabkan strategi yang dilakukan kurang maksimal dalam mendatangkan customer maupun revenue.
2. Keterbatasan anggaran pemasaran. Memiliki budget yang sesuai dengan berbagai inisiatif yang ingin dilakukan untuk meningkatkan awareness dan sales merupakan kendala besar bagi marketing di seluruh dunia. Seringkali, budget

marketing lebih kecil dibanding ekspektasi yang harus *digenerate* dari semua proses pemasaran.

3. Tidak bisa memanfaatkan Transformasi Digital. Perkembangan teknologi kini semakin canggih yang juga sangat berpengaruh pada dunia marketing. Arus digitalisasi di semua lini kehidupan mengharuskan strategi marketing juga dapat beradaptasi dan segera menerapkan transformasi digital di semua aspek yang memungkinkan.
4. Tidak memahami cara promosi. Kendala pemasaran lainnya adalah terkait cara promosi produk yang kurang tepat sehingga tidak menjangkau target yang diinginkan atau malah memberikan kesan adanya pemaksaan dalam promosi karena terlalu agresif. Hal ini tentunya dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap brand.

### **SOLUSI YANG DITAWARKAN**

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, sesuai dengan hasil dari pelatihan di PKM sebelumnya yaitu program pengabdian kepada masyarakat kali ini akan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Pulau Nguan RT 01, kelurahan Galang Baru, kecamatan Galang, kota Batam, berupa wirausaha rumah tangga dengan mengajarkan ibu-ibu rumah tangga menciptakan produk dari hasil potensi alam yaitu menanam ubi kayu dan mengolah umbinya menjadi kripik rasa coklat putih dan coklat hitam. Selanjutnya memasarkan melalui UMKM. Bahkan akan diusahakan hasil produk ini menjadi ciri khas cemilan dari Jembatan 6 Bareleng.

Solusi untuk permasalahan lanjutan ini adalah:

1. Pertama, lakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami dengan lebih baik kebutuhan dan preferensi pelanggan. Selanjutnya, buatlah profil pelanggan ideal (buyer persona) yang mencakup demografi, minat, dan kebutuhan mereka. Selain itu, perhatikan penggunaan channel pemasaran yang tepat. Pertimbangkan untuk memanfaatkan media sosial, iklan online, atau pemasaran konten untuk mencapai target audiens Anda (Rorong et al., 2021).
2. Kunci untuk menghitung budget yang sesuai yaitu dengan memperhitungkan ROI dari campaign marketing Anda. Menurut laporan dari HubSpot, perusahaan yang bisa mengkalkulasi ROI dapat memiliki budget yang lebih besar pula. Selain itu, inbound marketing yang sukses juga dapat memberikan budget lebih besar untuk Anda. Strategi yang efektif tentu saja memberikan hasil yang lebih baik. Selain itu, data dari HubSpot menunjukkan bahwa marketer yang merasa yakin dengan strategi marketing-nya, bisa memperoleh budget 2x lebih tinggi untuk tim marketing mereka (Husein & Kharisma, 2020).
3. Solusi paling tepat dari kendala pemasaran (marketing) ini adalah kemauan belajar dan beradaptasi dengan dunia digital karena kedepannya pun marketing akan terus dipengaruhi oleh digitalisasi (Krittanathip et al., 2013).
4. Gunakan pendekatan yang lebih ramah dan berempati terhadap customer. Penting untuk menghormati privasi customer dan tidak mengganggu mereka secara berlebihan. Pastikan bahwa pengumpulan data customer dilakukan dengan izin yang jelas dan tidak menyalahi aturan privasi.

## METODE PELAKSANAAN

### Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelatihan manajemen pemasaran ini dilaksanakan dengan cara mengajarkan ibu-ibu rumah tangga. Kegiatan berlangsung selama 2 hari dengan 2 kali pertemuan pada tgl 24 dan 26 Maret 2021 pada setiap pukul 09.00 – 12.00 WIB. Pembinaan ini akan diadakan di rumah warga secara bergantian yang berada di Pulau Nguan RT 01, kelurahan Galang Baru.

### Metode yang Ditawarkan

Untuk memperoleh manfaat dari pengabdian kepada masyarakat ini serta dapat diimplementasikan, maka metode yang ditawarkan dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Langkah pertama: Diskusi dengan Aparat Kelurahan Nguan  
Tim Dosen melakukan kunjungan dan peninjauan ke Pulau Nguan, kelurahan Galang Baru, kecamatan Galang, kota Batam. Berikutnya wawancara dengan masyarakat setempat dan pimpinan (Kepala RT/RW) di Pulau Nguan.
2. Tim dosen memberikan materi dalam bentuk pelatihan terlebih dahulu tentang manajemen pemasaran untuk membuka dan menambah wawasan masyarakat di daerah Pulau Nguan tentang wirausaha dan motivasi wirausaha.
3. Peserta akan diberikan pembinaan
4. Peserta pembinaan akan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang dihadapi terkait dengan perekonomian rumah tangga.
5. Tim dosen memberikan materi tentang manajemen pemasaran, promosi dan UMKM kepada masyarakat.

**Tabel 1 Metode Pelaksanaan**

N O	Waktu	Kegiatan	Pelaksana
1	08.00 – 08.30	Berkumpul di Pelabuhan Jembatan 2 Barelang	Tim Dosen
2	08.30 – 09.00	Perkenalan dengan Masyarakat dan Pembukaan Kegiatan	Tim Dosen
3	09.00 – 09.30	Sambutan dari Ketua Pengabdian Masyarakat	Tiurniari Purba, S.E., MM
4	09.30 - 10.00	Sambutan dari Ketua RT 003 Pulau Nguan	Ketua RT
5	10.00 – 10.30	Pembinaan Tentang manajemen pemasaran	Tim Dosen: Erni Yanti dan Vargo L. Tobing
6	10.30 - 11.00	Pembinaan Melakukan promosi	Tiurniari, S.E., M.M.
7	11.00- 11.30	Penutupan Kegiatan	Erni Natalia

### Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini akan dievaluasi agar diketahui seberapa jauh keberhasilan dari kegiatan pembinaan ini, berikut disajikan Tabel 3.1 evaluasi dalam pembinaan kelola sumber alam ini dimonitoring, dilakukan untuk melihat sejauh mana perkembangan dari pelaksanaan program. Sedangkan tahap evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi kekurangan dan hambatan dalam pelaksanaan program, sehingga ketika terjadi hambatan dapat langsung dicari solusinya.

<b>Tujuan</b>	<b>Indikator ketercapaian</b>	<b>Tolak ukur</b>
Peserta mendapatkan ilmu dan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran, promosi, anggaran biaya	Peserta memahami dan memiliki pengetahuan manajemen pemasaran, promosi, anggaran biaya	Peserta bisa menjelaskan tentang apa itu manajemen pemasaran, promosi, anggaran biaya
Peserta mampu menjual produk.	Bukti penjualan	Hasil penjualan

### **Keberlanjutan Dari Hasil Kegiatan**

Setelah pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Pulau Nguan pada tanggal 24 sampai dengan 26 Maret 2021 yang menghasilkan output dalam bentuk hasil penjualan, diharapkan ada keberlanjutan kegiatan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan tentang pemasaran terpadu. Masyarakat belum mengetahui sama sekali konsep distribusi terhadap barang-barang yang dihasilkan di pulau keluar pulau.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Pengabdian**

Pulau Nguan terdiri dari dua RT dihuni lebih kurang 123 Kepala Keluarga yang sebagian besar mata pencaharian penduduk adalah nelayan. Sekilas mengenai Pulau Nguan. Pulau Nguan merupakan salah satu wilayah bagian dari kelurahan Galang Baru yang dihuni lebih kurang 123 Kepala Keluarga yang sebagian besar mata pencaharian penduduk adalah nelayan. Dari evaluasi Penurunan pendapatan dari menangkap ikan menyebabkan masyarakat harus meminjam uang dari rentenir.



Gambar 1. Photo Bersama Peserta Wirausaha

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Pulau Nguan pada tanggal 24 dan 26 Maret 2021 telah dilaksanakan dan berjalan dengan lancar. Pada tanggal 24 Maret topik yang dibicarakan adalah bagaimana menghadapi kendala pemasaran produk yang satu ini, ada beberapa langkah yang dapat Anda lakukan. Pertama, lakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami dengan lebih baik kebutuhan dan preferensi pelanggan. Selanjutnya, buatlah profil pelanggan ideal (persona pembeli) yang mencakup demografi, minat, dan kebutuhan mereka. Selain itu, perhatikan penggunaan channel pemasaran yang tepat. Pertimbangkan untuk memanfaatkan media sosial, iklan online, atau pemasaran konten untuk mencapai target audiens Anda. Terakhir, penting untuk selalu memperhatikan *feedback* pelanggan. Dengarkan dengan seksama keluhan, saran, dan masukan yang diberikan oleh pelanggan. Hal ini akan membantu Anda memperbaiki strategi pemasaran yang tidak berhasil dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada mereka.



**Gambar 2.** Kondisi Transportasi di Pulau Nguan Ketika Mengantar Hasil Produk Keluar Pulau

Tanggal 26 Maret 2021 Pkl 09.00 WIB sampai selesai, mulai kegiatan dialog dan Kunci untuk menghitung anggaran yang sesuai yaitu dengan memperhitungkan ROI dari campaign marketing Anda. Menurut laporan dari HubSpot, perusahaan yang bisa mengkalkulasi ROI dapat memiliki budget yang lebih besar pula. Selain itu, inbound marketing yang sukses juga dapat memberikan budget lebih besar untuk Anda. Strategi yang efektif tentu saja memberikan hasil yang lebih baik. Selain itu, data dari HubSpot menunjukkan bahwa marketer yang merasa yakin dengan strategi marketing-nya, bisa memperoleh budget 2x lebih tinggi untuk tim marketing mereka. Pertanyaan peserta meliputi permasalahan yang diadapi dalam kaitannya dengan kondisi kualitas sumber daya manusia dan upaya untuk peningkatannya, permasalahan yang terkait dengan mekanisme pengembangan kolaborasi, upaya kelembagaan yang bersifat sistemik dan terstruktur dalam berkolaborasi, upaya-upaya terstruktur dalam mempertahankan kepercayaan dan kesadaran masyarakat dalam mendukung program pembangunan pariwisata dan pelestarian lingkungan.



**Gambar 3.** Praktek Memperkenalkan Produk Lokal Secara Online

Masih di tanggal 26 Maret 2020 melakukan praktek bagaimana caranya membuat Solusi paling tepat dari kendala pemasaran (marketing) ini adalah kemauan belajar dan beradaptasi dengan dunia digital karena kedepannya pun marketing akan terus dipengaruhi oleh digitalisasi. Apalagi kini hampir semua orang di dunia menggunakan smartphone yang terhubung ke internet yang memudahkan mereka mencari informasi sebuah produk atau jasa. Agar tidak kehilangan pasar, segera migrasi strategi marketing Anda dengan juga menyertakan digital marketing.



**Gambar 4.** Praktek Promosi Melalui Media Internet

## SIMPULAN

Berdasarkan atas hasil dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di pulau binaan ini dilaksanakan di Pulau Nguan, Kelurahan Galang - Kecamatan Galang. Dengan jumlah kunjungan sebanyak dua kali pada hari yang berbeda yaitu tanggal 24 dan 26 Maret 2021. Peserta pelatihan sebanyak 16 orang ibu rumah tangga.
2. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pulau binaan ini dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan dan mengembangkan kolaborasi dengan kelompok masyarakat lainnya termasuk dengan ibu-ibu rumah tangga dan ibu-ibu pedagang.
3. Pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen pemasaran mulai dari belajar memahami teori hingga praktek jualan, berhasil dilaksanakan.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Husein, M. Y., & Kharisma, F. (2020). Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia ( BEI ). *Borneo Student Research*, 1(2), 1061–1067.
- Krittanathip, V., Rakkarn, S., & Cha-um, S. (2013). Development of Weighting on Self-assessment Evaluation for Total Quality Management : A Case Study of Retail Sectors. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 88, 37–48.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.479>
- Purba, T. (2017). Prodi Manajemen, Universitas Putera Batam. *Jim Upb*, 5(1), 119–134.  
<http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim/article/view/132>
- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., Mukuan, D. D. S., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2(3), 228–233.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/34769>
- <http://ikiopo.com/bagaimana-cara-mengatur-keuangan-secara-cerdas>. Diakses tanggal 5 januari 2017.
- Sunyoto, Danang. (2015). Perilaku Konsumen dan Pemasaran. CAPS. Yogyakarta.