

Analisis Bauran Pemasaran Usaha Industri Batu Bata Pak Mandor di Kelurahan  
Danau Balai Kabupaten Labuhanbatu

<sup>1</sup>Deni Kurniawan, <sup>2</sup>Elida Florentina Sinaga Simanjorang

<sup>1</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu,  
[denikurniawann2003@gmail.com](mailto:denikurniawann2003@gmail.com)

<sup>2</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu,  
[buelida.dosenku@gmail.com](mailto:buelida.dosenku@gmail.com)

Corresponding Mail Author : [denikurniawann2003@gmail.com](mailto:denikurniawann2003@gmail.com)

**Abstract**

Bricks are one of the most important materials in residential and construction buildings. Bricks are also included as micro, small and medium enterprises, some of which provide employment opportunities for to community to earn daily income. The success of a company also depends on the marketing mix. A company with a lot of sales certainly has good and planned marketing. Danau balai subdistrict is a brick manufacturing area in labuhanbatu district. 60% of the need for bricks in labuhanbatu is supplied from Rantau Selatan sub-district and around 40% is taken from Asahan and north labuhanbatu district. The four components of the marketing mix itself are 4P (product, price, promotion, distribution). The concept of this strategy is to increase sales and achieve the goals you want to achieve as well as provide the best service for costumers. We can conclude that marketing strategy is very important in this business. This type of research is qualitative research using observation, interviews and documentation methods. The data source for this research is the result of interviews with brick industry business owners. The result is to find out what marketing mix strategy this brick business has.

**Keywords:** Bricks, Strategy, Marketing Mix.

**Pendahuluan**

Bata batu ialah salah satu bahan material yang sangat penting dalam suatu bangunan perumahan dan juga konstruksi. Proses untuk membuat batu bata cukup panjang dari tanah liat yang di olah menjadi batu bata. Batu bata ialah jenis usaha yang dapat membantu masa perekonomian masyarakat apa lagi di masa sulit walaupun tidak dapat membuat menjadi kaya melainkan cukup untuk memenuhi kebutuhan pangan. Batu bata banyak kita temui di daerah kabupaten labuhan batu khususnya di kelurahan danau balai. Batu bata juga terbagi atas dua jenis, yaitu batu bata manual dan batu bata mesin juga pastinya memiliki kualitas nya masing masing. Batu bata juga tergolong usaha UMKM yang sebagian memberikan lapangan pekerjaan untuk masyarakat untuk mendapatkan penghasilan sehari hari. Usaha batu bata ini termasuk usaha yang gampang dan mudah di lakukan hanya saja ia menggunakan seluruh tenaga untuk melakukannya seperti mencangkul dan melangsir lumpur, untuk membuat satu batu di perlukan proses yang lumayan Panjang dari tanah yang di jetor lalu di cetak dalam cetakkannya, di keringkan lalu di bakar dengan suhu yang sangat tinggi kemudian barulah tercipta batu bata yang telah siap pakai dan siap untuk di pasarkan secara luas. Kelurahan danau balai merupakan wilayah dari pembuatan batu bata di kabupaten Labuhanbatu. 60% kebutuhan akan batu bata di labuhanbatu di pasok dari kecamatan Rantau Selatan dan sekitar 40% di ambil dari Kabupaten Asahan dan Labuhanbatu

utara. Semenjak tahun 2000 an industri batu bata tidak begitu diminati namun setelah beberapa tahun terakhir menjadi komoditi industri di kelurahan danau balai dan sekarang diperkirakan hampir 75% kepala rumah tangga berprofesi sebagai pembuat batu bata. Usaha batu bata pak Sunardi (Mandor) adalah salah satu usaha yang ada di kota Rantau prapat, usaha ini di dirikan mulai dari tahun 2014 dan bertahan hingga sekarang. Usaha batu bata "pak mandor" memiliki sekitar 8 anggota yang terdiri dari anggota giling batu bata, anggota cetak, anggota melangsir, anggota menyusun serta anggota membakar batu bata hingga tercipta batu bata yang berkualitas dan siap untuk di jual belikan kepada seluruh masyarakat Rantau Prapat. Ini menjadi hal yang menarik untuk dilakukan sebuah penelitian mengenai cakupan dari bauran pemasaran yang dimana inti kegiatan industri adalah bagaimana menjual produk kepada pelanggan yang luas. Tujuan penelitian ini untuk dapat membantu masyarakat tentang meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan batu bata di Kelurahan Danau Balai. Ke empat komponen dari bauran pemasaran itu sendiri adalah *4P (Product, Price, Place, Promotion)*.

### Landasan Teori

Dalam penelitian saya kali ini membahas tentang industri batu bata, mengapa saya memilih judul tentang batu bata? itu di karenakan rumah tempat tinggal kita dan hampir semua bangunan menggunakan material batu bata sebagai bahan utama untuk membangun suatu bangunan. Batu bata di gunakan untuk membuat dinding atau tembok rumah kita, di tambah banyaknya sekarang pembangunan perumahan juga gedung-gedung lainnya dan membuat kebutuhan batu bata semakin meningkat. Hal ini juga membuat peluang usaha bangunan untuk mendukung pembangunan tersebut. (Pauzan, 2020).

### Batu Bata

Bata batu ialah salah satu bahan material yang sangat penting dalam suatu bangunan perumahan dan juga konstruksi, Proses untuk membuat batu bata cukup panjang dari bahan dasar tanah liat yang di giling hingga lembut lalu di masukkan kedalam cetakan kemudian di jemur hingga benar benar kering dan terakhir di bakar menggunakan suhu yang sangat tinggi baru lah tercipta yang namanya batu bata siap pakai. Mengenai ukuran, batu bata memiliki ukuran yang berbeda beda. Namun dengan adanya perkembangan zaman ukuran batu bata menjadi lebih kecil dan simpel yang pasti lebih mudah untuk di gunakan sebagai bahan dasar membuat bangunan. Ukuran umumnya pada batu bata ialah Panjang 17 cm-23 cm, lebar 7-11 cm, tebal 3-5 cm ini juga tergantung bahan bakunya.

### Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai".

### Produk

Produk(Khotim, Nurul Siti, 2021) adalah barang atau jasa yang dapat di perjual belikan kepada konsumen untuk memenuhi keinginannya dan juga kebutuhannya.

### **Harga**

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa di samakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang di peroleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. dengan cermat sesuai dengan tujuan bisnis, target pasar, dan kondisi pasar yang ada. Sebuah strategi harga yang tepat dapat membantu perusahaan mempengaruhi persepsi konsumen, memenangkan pangsa pasar, dan meningkatkan profitabilitasnya (Elida Fs, et all,2024 ).

### **Metode Penelitian**

#### **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini dikategorikan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan di medan terjadinya gejala dengan mempelajari secara intensif latar belakang kasus terakhir, interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu unit sosial. Di dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

#### **Waktu Penelitian**

Penelitian akan di laksanakan pada bulan Febuari 2024 sampai Mei 2024.

#### **Sumber Data**

Untuk memudahkan mengidentifikasi sumber data, maka penulis mengelompokkan sumber data sebagai berikut:

1. Data Primer

Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video/audio tapes, pengambilan foto, atau film. Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berperanserta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dengan adanya perantara, berupa bukti, catatan, atau laporan historis baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi ialah yang di mana kita harus terjun langsung ke lapangan untuk mengamati secara langsung apa yang sedang kita teliti juga suapaya lebih mudah memahaminya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan aktivitas tanya jawab kepada pemilik atau orang yang bersangkutan dengan napa yang kita teliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data dari tempat terjadinya penelitian baik itu berbentuk tulisan maupun foto.

#### **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tehnik analisis deskriptif kualitatif yang di mana penelitian ini lebih banyak melakukan kegiatan di lapangan untuk mengumpulkan data data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan prosedur untuk mengumpulkan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik ini dapat di terapkan jika peneliti berkenan langsung untuk terjun ke lapangan untuk mewawancarai pemilik industri tersebut. Pada penelitian ini ada beberapa hal yang akan di tanyakan kepada pemilik industri, pertanyaan tersebut terdiri dari :

Tabel 1. Kisi-kisi Pertanyaan Pemilik

Pemilik	Pertanyaan
Bapak Sunardi (Pak Mandor)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana profil usaha industri batu bata pak Mandor?</li> <li>2. Bagaimana strategi pemasaran usaha industri batu bata pak Mandor?</li> <li>3. Apa saja yang menjadi kendala-kendala dalam pemasaran batu bata?</li> <li>4. Apakah bapak mempunyai pengepul atau tempat pemasok untuk batu bata?</li> </ol>

### Wawancara

Metode wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi terkait topik yang di teliti. Dengan narasumbernya yaitu bapak Sunardi (mandor) selaku pemilik usaha industri batu bata. Berikut adalah data data yang terdapat dalam hasil wawancara.

1. Pertanyaan pertama yang di berikan kepada pemilik usaha industri batu bata adalah mengenai sejarah dan latar belakang berdirinya usaha industri batu bata. Pak sunardi menjawab usaha ini saya dirikan sudah lumayan lama kurang lebih 10 tahun dari 2014 hingga sampai sekarang masih berdiri. Dulu batu bata cuman ada yang manual sekarang karna zaman sudah berkembang munculah batu bata menggunakan mesin. Saya memproduksi batu bata manual dan juga mesin. Batu bata manual dan mesin sama sama menggunakan bahan utama tanah liat hanya saja pengerjaannya yang berbeda.
2. Pertanyaan kedua mengenai strategi pemasaran yang di lakukan oleh pak sunardi. Pak sunardi menjawab yang saya lakukan dalam strategi pemasaran hanya menelepon atau bertemu langsung kepada calon pembeli untuk mempertanyakan kepastian si pembeli. Saya juga mengupload di sosial media terutama di facebook (market place). Juga saya ada menggunakan agen atau mitra kerja sama yang nantinya mendapatkan komisi atau uang pulsalah bisa di bilang.
3. Pertanyaan ketiga membahas soal tempat pemasok atau pengepul batu bata dalam strategi pemasaran yang di miliki pak sunardi. Pak sunardi menjawab kalau soal pemasok di sini biasanya hanya ada di panglong untuk memasok batu bata itu pun dalam jumlah kecil selain panglong saya rasa tidak ada, karena kebanyakan paea pembeli membeli batu bata karna langsung ingin membangun suatu bangunanya paling tidak seminggu sebelum proses pembangunnya. Kalau pun ada mungkin itu namanya kontrak batu bata bayar dengan harga batu bata sekarang di ambil pas sudah membutuhkannya, tetapi itu hanya satu dua orang saja yang mau seperti itu karena nantinya di saat harga batu bata menjulang naik pasti dia rugi karna batu bata dia sudah di bayar dengan harga pas sebelum naik.
4. Pertanyaan keempat masuk kedalam masalah atau kendala yang terdapat pada usaha industri batu bata. Pak sunardi menjawab masalah atau kendala dalam

usaha pastinya ada tapi yang sering terjadi pada umumnya ialah soal persaingan entah itu persaingan harga maupun produk, karena semakin banyak pesaing maka semakin kecil peluang untuk menjual produk kita sendiri. Dari cuaca juga bisa jadi salah satu faktor yang mempengaruhi batu bata karena dapat menghambat proses pengerjaannya. Bahan dasar dan modal terutama yang harus diperhatikan, jika bahan dasar tanah liat kurang bagus maka akan mempengaruhi pada kualitas batu bata itu sendiri jadi harus lebih fokus ke bahan utamanya.

## Hasil Dan Pembahasan

### Profil Industri Batu Bata Pak Sunardi (Mandor)

Usaha ini didirikan sudah lama kurang lebih 10 tahun dari 2014 hingga sampai sekarang masih berdiri. Dulu batu bata cuma ada yang manual dan sekarang karena zaman sudah berkembang batu bata ada yang menggunakan tenaga mesin, Pak Sunardi memproduksi batu bata manual dan juga mesin, juga sudah mempunyai delapan anggota dengan tugasnya masing-masing dan produk terjamin kualitasnya dan juga amanah.

### Bauran Pemasaran

Dari hasil wawancara di atas dengan pemilik usaha industri batu bata yaitu, Bapak Sunardi (Pak Mandor) yang dilaksanakan pada tanggal 28 Februari tahun 2024. Bauran pemasaran yang diterapkan pada industri batu bata ialah sebagai berikut :

### Produk

Produk yang dibuat sangatlah variatif ada batu bata manual juga batu bata mesin dan juga harganya kompetitif bagi masyarakat sekitar sehingga usaha industri batu bata Pak Mandor mampu bersaing. Ukuran batu bata pada produk Pak Sunardi/Mandor panjang 17-23 cm, lebar 7-11 cm, tebal 3-5 cm. Produk batu bata juga banyak memiliki kelebihan yaitu :

1. Nyaman dan adem  
Di karenakan batu bata terbuat dari tanah liat seperti genteng zaman dulu yang dapat menyerap panas dengan baik. Maka banyak orang yang mempercayai kan rumahnya menggunakan batu bata karena terbukti nyaman dan adem untuk kita tempati.
2. Kuat dan kokoh  
Batu bata merah lebih kuat dari pada bahan material lain karena sudah melalui proses pembuatannya yang sangat panjang.
3. Tahan cuaca  
Batu bata merah mampu bertahan terhadap segala kondisi keadaan, baik dalam cuaca panas, hujan bahkan cuaca tidak menentu sekalipun.
4. Mudah di dapat  
Kita juga tidak perlu pusing untuk mendapatkan batu bata karena bahan material yang ini sangat mudah di dapatkan di Kabupaten Labuhanbatu.
5. Menambah nilai estetik  
Dinding batu bata bisa di plaster bisa juga tidak banyak juga terdapat pada kafe-kafe yang menggunakan batu bata untuk menambah kesan pada kafe tersebut.

Pada usaha industri batu bata pak mandor selain memproduksi batu bata juga menyediakan jasa angkutan untuk memudahkan para pembeli tanpa harus datang ke tempat untuk mengambil sendiri batu bata tersebut.

### **Harga**

Dari segi harga, batu bata pak Mandor sudah terkenal lebih kompetitif bagi masyarakat dari pada usaha industri batu bata yang lain dan juga di sini bisa mendapatkan potongan harga dengan syarat jumlah pembelian tertentu sehingga dapat menarik pelanggan untuk membeli pada usaha industri batu bata pak mandor.

### **Promosi**

Promosi pada usaha pak Mandor di lakukan melalui media social berupa facebook(market place) serta juga melakukan promosi dengan cara direct marketing atau pemasaran langsung yang di mana kita langsung menelepon atau menghubungi orang yang ingin membeli produk kita. Bisa juga menggunakan cara personal selling di mana kita langsung berhadapan atau berjumpa langsung dengan calon pembeli, dengan ini hubungan akan terasa lebih dekat. Melakukan promosi kepada teman teman dekat kita juga bisa untuk mencari calon pembeli dan nanti dia akan mendapatkan imbalan berupa tip dari kita juga pembeli dengan istilah sering kita sebut sebagai agen.

### **Distribusi**

Pemasaran pada usaha industri batu bata pak Mandor mencakup kalangan atas sampai bawah dan wilayah pemasarannya mulai dari labuhanbatu induk, labuhanbatu utara, labuhanbatu Selatan dan juga kadang bisa sampai luar provinsi. Pada awal January tahun 2020 pak Sunardi (pak Mandor) berhasil mengirim 70 ribu batu bata ke Cikampak Labuhanbatu Selatan. Dan pada bulan juni 2023 berhasil mengirim 40 ribu batu bata ke Bagan Batu dan 20 ribu ke Mahato Provinsi Riau untuk bangunan suatu prumahan.

### **Strategi Pemasaran**

Strategi yang di lakukan oleh pemilik industri ialah bertemu langsung atau menghubungi melalui telepon seluler juga mengupload di sosial media seperti facebook tepatnya ( market place ) dan melalui agen atau mitra kerja sama yang sama-sama mendapatkan keuntungan.

### **Hambatan dan Kendala**

Pada usaha batu bata pak Mandor juga memiliki beberapa kendala atau hambatan untuk menjalankan usaha industri batu bata ini sebagai berikut :

1. Cuaca  
Dalam proses pembuatan batu bata cuaca merupakan faktor penting untuk keberhasilan pembuatan batu bata, di karenakan jika cuaca sering hujan maka dapat menghambat proses pengeringan pada batu bata juga dapat menghambat waktu pengerjaannya.
2. Bahan Baku  
Bahan baku seperti tanah liat itu sendiri terkadang kita susah mendapatkan tanah yang sangat cocok untuk di gunakan dalam membuat batu bata. Kendalanya seperti tanah yang unsur liat nya sedikit atau tanah yang teksturnya terdapat batu batu kecil itu dapat berpengaruh dalam kualitas batu bata itu

sendiri jika kualitas batu bata kita buruk maka berefek pada penjualannya berkurang.

3. Harga

Dalam penjualan batu bata ada juga yang namanya persaingan antar pemilik usaha itu berakibat pada harga tidak lagi memikirkan kualitas semua berada harga siapa yang lebih murah dan siapa yang akan bertahan pada harga normal.

4. Proyek

Proyek-proyek besar dapat mempengaruhi sistem penjualan pada batu bata jika proyek berhasil dan berjalan lancar maka penjualan pada batu bata akan meningkat begitu pula sebaliknya jika proyek sepi dan gagal penjualan ikut menurun. Yang di artikan proyek gagal ialah proyek yang tidak bertanggung jawab kebanyakan terjadi pada mandor lapangannya yang membawa kabur uang dan tidak membayar bahan bahan yang sudah masuk termasuk batu bata karena batu bata bahan utama untuk suatu bangunan itu sendiri.

## Kesimpulan Dan Saran

### Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini di sesuaikan dengan rumusan masalah yang ada di atas tentang strategi pemasaran produk batu bata bapak Sunardi (mandor) yang memprioritaskan soal kualitas pada produk itu sendiri juga harganya kompetitif bagi masyarakat dengan kualitas seperti itu. Yang di maksud kompetitif adalah harganya yang menyesuaikan pada harga pasaran yang ada bisa naik bisa turun dan bisa juga di beri harga spesial di sini juga menyediakan jasa angkutan untuk memudahkan calon pembeli dan promosi yang di gunakan pak mandor yaitu dengan mengedepankan kualitas batu itu sendiri juga memiliki sikap yang ramah tamah kepada pelanggan maupun calon pembeli lainnya.

### Saran

Dari kesimpulan di atas di sarankan kepada pengusaha batu bata lainnya untuk dapat lebih memperhatikan dan mempertahankan soal kualitas pada produknya masing masing supaya dapat bersaing dan mendapatkan pelanggan tetap. Dari segi harga pemilik harus menyesuaikan harga pasaran yang ada. Pemilik usaha batu bata juga harus bisa menawarkan produknya menggunakan media sosial seperti marketplace atau posting posting di story media sosial supaya masyarakat luar tau.

### Daftar Pustaka

- Andini, R., Simanjorang, E. F. S., & Ritonga, M. (2024). Strategi Pemasaran Dimsum Kiano Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Masyarakat Dikota Rantau Prapat. *Governance: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 10(3).
- Azuhri, M. B. U. D., Ernestivita, G., & Sasongko, M. Z. (2023, September). Strategi Pemasaran Pada Umkm Batu Bata Di Kaloran Kecamatan Ngronggot. In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi (Vol. 8, Pp. 716-724)*.
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299-218.
- Fauziah, R. (2020). Analisis Bauran Pemasaran Pada Usaha Batu Bata Merah Desa Karanglegi Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati Skripsi. In *Eprints.Walisongo.Ac.Id* (Issue October).

[Http://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Id/Eprint/10099/%0ahttps://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Id/Eprint/10099/1/Skripsi.Full.Pdf](http://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Id/Eprint/10099/%0ahttps://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Id/Eprint/10099/1/Skripsi.Full.Pdf)

- Khoatim, S. N. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk meningkatkan Penjualan UMKM Batu Bata Merah di Banyu Irang Kecamatan Bati-Bati (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Muhlisa, M. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Batu Bata Di Desa Wara Dusun Pengkasalu (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo).
- Mulyani, D. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bata Ringan Pada Pt Kurnia Jaya Barokah Kabupaten Purwakarta (Survey Pada Pelanggan Bata Ringan Pt Kurnia Jaya Barokah). *Jurnal Bisnis*, 11(1), 60-69.
- Novitasari, R., & Kurniawan, R. (2023). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Rumah Pada Pt Bjs Property. *Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis (Simanis) Dan Call For Paper*, 2, 1269-1276.
- Pauzan, R. (2020). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Batu Bata Merah Ud. *Salsabila Multi Service Pelaihari. Jbim*, 1, 7823–7830.
- Putri, E. A. (2023). Pengaruh Ketersediaan Bahan Baku, Produktivitas, Dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Batu Bata Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Pulo Bandring Kecamatan Pulo Bandring Kabupaten Asahan) (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Revita, Tiffany, *Bauran Pemasaran : Pengertian, Strategi Dan Contoh Penerapannya*, Jakarta Selatan, 2022.
- Risma Galuh, P. (2023). Strategi Home Industry Batu Bata Dalam Mempertahankan Eksistensinya (Studi Kasus Pada Home Industry Batu Bata Adem Ayam Super Di Desa Adipala Kabupaten Cilacap) (Doctoral Dissertation, Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri).
- Shaid, Jamal Nur, *Apa Itu Promosi : Pengertian, Tujuan, Jenis Dan Fungsinya*, Jakarta, Kompas.Com, 2022.
- Sinurat, A. A., Simanjorang, E. F. S., & Zebua, Y. (2024). The Influence of Product Price, Outlet Location, and Discounts on the Interest to Rebuy. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 29-38.
- Suparman, H. D., & S Pd I, M. M. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Batu Bata Di Cv. Berkah Mutiara Intan Kec. Citantayan Kabupaten Sukabumi. *Ekonomedia*, 8(01), 1-13.
- Tanjung, S., Simanjorang, E. F., & Limbong, C. (2023). The Influence of Price, Product Quality, And Security on Consumer Buying Interest in Online Shopee Shopping (Study on Labuhanbatu University Students' Management Study Program). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 6(3), 3427-3440. <https://doi.org/10.31538/ijse.v6i3.3898>.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136-146.