

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN
BAURAN PEMASARAN 7P PADA FRAURORA BOUQUET
DI KOTA CIREBON**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Bisnis (S.Bns)*



**Disusun oleh
Syfa Dinda Fadilah
1907960**

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN BAURAN
PEMASARAN 7P PADA FRAURORA BOUQUET
DI KOTA CIREBON**

Disusun oleh:

SYFA DINDA FADILAH

NIM 1907960

Tasikmalaya, 25 Oktober 2023

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,



Ismail Yusuf, S.T., M.B.A
NIP 920171219870709101

Pembimbing II,



Nizza Nadya Rachmani, S.Hut., M.M.
NIP 920200419920802201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Kewirausahaan,



Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd.
NIP 920171219910820201

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syfa Dinda Fadilah

NIM : 1907960

Program Studi : Kewirausahaan

Judul Tugas Akhir : **Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Bauran Pemasaran 7P pada Fraurora Bouquet di Kota Cirebon**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Bauran Pemasaran 7P pada Fraurora Bouquet di Kota Cirebon" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya yang saya buat ini.

Tasikmalaya, 25 Oktober 2023

Yang menyatakan,



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Syfa'.

Syfa Dinda Fadilah

NIM 1907960

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran strategi pemasaran yang dilakukan oleh Fraurora Bouquet, mengidentifikasi strategi dengan menggunakan bauran pemasaran 7P yang dapat dikembangkan pada Fraurora Bouquet, serta merumuskan strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran 7P. Objek penelitian ini dilakukan pada UMKM Fraurora Bouquet. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Partisipan dari penelitian ini adalah pemilik usaha Fraurora Bouquet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dari tujuh elemen bauran pemasaran yaitu elemen harga, promosi, orang, bukti fisik, dan proses masih terdapat kekurangan yang perlu ditingkatkan sehingga diperlukan perumusan strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran 7P di antaranya adalah memberikan diskon yang lebih beragam dan kupon belanja, melakukan promosi di media sosial Instagram dan menggunakan WhatsApp bisnis, mengikuti berbagai macam acara yang melibatkan UMKM, menambah jumlah karyawan, mengubah tata letak pada tempat usaha, menentukan maksimal produk yang dibuat per harinya, serta menyediakan format pemesanan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran 7P, Fraurora Bouquet, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the description of the marketing strategy carried out by Fraurora Bouquet, identify strategies using the 7P marketing mix that can be developed at Fraurora Bouquet, and formulate marketing strategies using the 7P marketing mix. The object of this research was conducted at Fraurora Bouquet MSME. This research used a qualitative method with a case study approach. This research used three data collection techniques, namely observation, interviews, and documentation. The participant of this research was the business owner of Fraurora Bouquet. The results of the research showed that five of the seven elements of the marketing mix, namely price, promotion, people, physical evidence, and process elements, still have shortcomings that need to be improved so that it is necessary to formulate a marketing strategy used the 7P marketing mix, including providing more diverse discounts and shopping coupons, promoting on Instagram social media and using WhatsApp business, participating in various kinds of events involving MSMEs, increasing the number of employees, changing the layout of the business place, determining the maximum products made per day, and providing an order format.

Keywords: *Fraurora Bouquet, Marketing Mix 7P, Marketing Strategy*

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Bauran Pemasaran 7P pada Fraurora Bouquet di Kota Cirebon” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis pada Program Studi Kewirausahaan, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya bimbingan, nasihat, serta dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Heri Yusuf Muslihin, M.Pd. selaku Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
3. Ibu Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Prodi Kewirausahaan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
4. Bapak Ismail Yusuf, S.T., M.B.A selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Nizza Nadya Rachmani, S.Hut., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs. selaku pembimbing akademik yang telah membantu dalam memberikan bimbingan serta dukungan dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh dosen dan staf program studi Kewirausahaan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
8. Kedua orang tua saya Papah Fuji Subada dan Mamah Wulandini tercinta yang senantiasa menjadi sumber motivasi utama penulis. Terima kasih atas segala perhatian, pengorbanan, nasihat, semangat, kasih sayang, doa yang tiada henti, serta segala bentuk dukungan baik moril maupun materil yang diberikan kepada penulis.
9. Kakak saya tercinta Annisa Widya Garini yang telah memberikan semangat, motivasi, doa, serta senantiasa membantu ketika penulis mengalami kesulitan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Semua teman-teman yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta bantuannya untuk penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Pemilik usaha Fraurora Bouquet, Ibu Dini yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di tempat usahanya.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat serta karunianya atas segala hal yang telah diberikan oleh seluruh pihak kepada penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah pengetahuan serta wawasan bagi kita semua. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Manajemen Strategis	7
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Strategis.....	7
2.1.1.2 Proses Manajemen Strategis	7
2.1.2 Strategi Fungsional	9
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	10
2.1.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
2.1.3.2 Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran.....	11
2.1.4 Bauran Pemasaran	12
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Objek Penelitian.....	26
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	26
3.2.1 Metode Penelitian	26

3.2.2 Desain Penelitian	27
3.3 Partisipan dan Tempat Penelitian.....	29
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.5 Pengumpulan Data	30
3.6 Analisis Data	32
3.7 Jadwal Penelitian	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Sejarah Singkat Fraurora Bouquet.....	35
4.1.2 Visi dan Misi Fraurora Bouquet	36
4.1.3 Struktur Organisasi Fraurora Bouquet.....	36
4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian	38
4.2.1 Gambaran Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Fraurora Bouquet	38
4.2.2 Identifikasi Strategi Menggunakan Bauran Pemasaran 7P yang Dapat Dikembangkan pada Fraurora Bouquet	48
4.2.3 Perumusan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Bauran Pemasaran 7P	69
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Implikasi	78
5.3 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	86
RIWAYAT HIDUP	124

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Fraurora Bouquet	2
Gambar 2.1 Proses Manajemen Strategis.....	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Logo Fraurora Bouquet	35
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Fraurora Bouquet	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Penelitian	86
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	89
Lampiran 3 Hasil Coding Wawancara	102
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian	122

DAFTAR PUSTAKA

- Almaidah. (2021). *Analisis strategi bauran pemasaran pada masa pandemi covid-19 dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT UGT Nusantara Capem Batu Urib Sumberbaru Jember* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Kyai Haji Achmad Siddiq]. Universitas Islam Negeri Kyai Haji Achmad Siddiq. <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/7775>.
- Ambarwati, R., & Supardi. (2021). *Manajemen operasional dan implementasi dalam industri*. Penerbit Pustaka Rumah C1nta.
- Annafi, R., Prihatiningtyas, S., & Fahimah, M. (2021). Strategy for application of marketing mix (7P) in marketing of Akaza Wooden Craft products at UD Mitra Karya Sejahtera Jombang. *Multidiscipline - International Conference 2021, 1* (1), 239–247.
- Antonella, S, F. (2017). The effects of marketing mix (4P) on companies' profitability: A case study of automotive industry in France. *Journal of Research in Marketing*, 8 (1), 636–640.
- Arif, D. (2020). *Marketing is easy*. KBM Indonesia.
- Aripin, Z., & Negara, M, R, P. (2021). *Perilaku bisnis: etika bisnis & perilaku konsumen*. Deepublish.
- Arofa, R, I. (2016). *Pengaruh harga, promosi penjualan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap perilaku belanja online mahasiswi UIN Sunan Ampel pada produk mode muslim di Instagram* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel]. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. <http://digilib.uinsa.ac.id/id/eprint/7850>.
- Astiko. (2022). *Manajemen strategi*. MNC Publishing.
- Bahri, K, N. (2023). *Pentingnya store image, store brand price image terhadap niat beli konsumen*. Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Belayneh, B., Abara, G., & Reddy. (2019). Assessment of marketing mix strategies of the Hawassa Millennium Pepsi-cola plant. *International Journal of Research in Engineering, IT and Social Sciences*, 9 (1), 48–56.
- Bunyamin. (2021). *Manajemen pemasaran*. Literasi Nusantara.

- Cindrakasih, R., R. (2023). Digital engagement. Dalam Sepriano & Efitra (Eds.), *Digital marketing saat ini (Kemampuan digital marketing dengan menguasai digital konten specialist pada masa society 5.0)* (92–107). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fernanda, A., & Siahaan, S., V. (2020). Analisis strategi bauran pemasaran usaha kemitraan Gi-Va Fashion di perumahan Kelapa Sawit Wirata. *JBEE: Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 2 (2), 51–72.
- Harmadji, D., E. (2022). Konsep jasa dan manajemen pemasaran jasa. Dalam R. Wujarso (Ed.), *Manajemen pemasaran jasa (konsep dasar)* (1–20). Get Press.
- Harsono, R. (2016). The impact of marketing mix (4P's) on customer loyalty towards Toyota Avanza. *iBuss Management*, 4 (1), 1–7.
- Harto, B. (2023). Strategi tingkat fungsional. Dalam D. P. Sari (Ed.), *Manajemen strategis* (83–94). Global Eksekutif Teknologi.
- Ibad, M., N. (2020). Pemasaran online melalui instagram secara organik di tengah pandemi covid-19. Dalam Zulaikha (Ed.), *Bisnis UMKM di tengah pandemi: Kajian komunikasi pemasaran* (113–122). Unitomo Press.
- Ivancevich, J., Konopaske, R., & Matteson, M. (2009). *Perilaku dan manajemen organisasi*. Erlangga.
- Jonata. (2022). Jenis-jenis penelitian kualitatif. Dalam Y. Novita (Ed.), *Metodologi penelitian kualitatif* (81–92). Get Press.
- Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah. (2022, 26 Desember). *Refleksi 2022 dan Outlook 2023, Kemenkop UKM Ungkap Pencapaian dan Rencana Untuk Pelaku UMKM* [Press release]. <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/refleksi-2022-dan-outlook-2023-kemenkop-ukm-ungkap-pencapaian-dan-rencana-untuk-pelaku-umkm>.
- Kotler, P. (2004). *Marketing management, the millenium edition*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing sixteenth edition global edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.
- Kurniawan, A., R. (2018). *Dasar-dasar Marketing: Segala hal tentang marketing dan sales*. Anak Hebat Indonesia.

- Kurniawan, H., Hakim, L., Sanulita, H., Maiza, M., Arisanti, I., Rismawan, M., Sudipa, I, G, I., Daryaswanti, P, I., Kharisma, L, P, I., Akbar, J, S., Haryani, & Amalia, M, M. (2023). *Teknik penulisan karya ilmiah: Cara membuat karya ilmiah yang baik dan benar*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kurniullah, A, Z., Revida, E., Hasan, M., Tjiptadi, D, D., Saragih, H., Rahayu, P, P., Prijanto, J, H., Krisnawati, A., Sugiarto, M., Malinda, O., Anwarudin, O., Gandasari, D., & Hidayatulloh, A, N. (2021). *Metode penelitian sosial*. Yayasan Kita Penulis.
- Kusuma, I, G, N, A, G, E, T. (2023). *Konstruksi kepuasan untuk loyalitas pelanggan: Konsep, skala, dan aplikasi*. Intelektual Manifes Media.
- Lutfita, A. (2021). *Analisis strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam meningkatkan penjualan pada Hanacaraka Coffee Sidoarjo di masa pandemi covid-19* [Tesis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur]. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/2535>.
- Malahayati, & Ramdhan, H, E. (2012). *99 peluang bisnis buat anak muda*. Penebar Plus+.
- Mardawani. (2020). *Praktis penelitian kualitatif teori dasar dan analisis data dalam perspektif kualitatif*. Deepublish.
- Miles, M, B., & Huberman, A, M. (1984). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods*. SAGE Publication.
- Mirawati, Warneri, & Okianna. (2021). Analisis strategi bauran pemasaran 7P pada Toko Roti Gembul di Pontianak. *JPPK: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 10 (9), 1–8.
- Mufira, F, R. (2022). *Pengembangan bisnis untuk meningkatkan penjualan Forestial Surabaya* [Tugas Akhir, Universitas Dinamika]. Universitas Dinamika. <http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6723>.
- Muharman, H. (2014). *A to z sukses bisnis rumahan*. Elex Media Komputindo.
- Murdoko, E, W, H. (2013). *Great customer service*. Elex Media Komputindo.
- Niagahoster. (2022). *Yuk, mulai pakai digital marketing!*. Elex Media Komputindo.

- Nurdiansyah. (2023). Manajemen pemasaran. Dalam N. Mayasari (Ed.), *Manajemen: Prinsip dasar memahami ilmu manajemen* (155–174). Get Press Indonesia.
- Nurtiar, H. (2022). *The secret of library marketing*. BPPD APWI.
- Octavia, Y, F. (2022). Bauran pemasaran (marketing mix). Dalam A. Bairizki (Ed.), *Manajemen pemasaran: Kajian pengantar di era bisnis modern* (61–80). Seval Literindo Kreasi.
- Pitarto, E. (2023). *Promosikan jualanmu di whatsapp business*. B-Book.
- Politwika. (2017). *60+ cara online menghasilkan uang saat weekend*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Pourdehghan, A. (2015). The impact of marketing mix elements on brand loyalty: A case study of mobile phone industry. *Journals AIMI: Marketing and Branding Research*, 2 (1), 44–63.
- Prihatini, W. (2023). *Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk UMKM Rinings Nganjuk* [Skripsi, Universitas Nusantara PGRI Kediri]. Universitas Nusantara PGRI Kediri. <http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/9800>.
- Putra, I, G, B, N, P., Maharani, I, A, D, P., & Soraya, D. (2021). *Kewirausahaan*. Nilacakra.
- Putri, K, R. (2022). Perkembangan bisnis di era digital. Dalam M. T. Rambe & E. P. Sari (Eds.), *Kewirausahaan* (15–25). Global Eksekutif Teknologi.
- Rachmat, Z., Jauhar, N., Januardani, F, D., Warpindyastuti, L, D., Sudirjo, F., Fauzan, R., Haryanti, I., Ekopriyono, A., Ashari, D, R, W. (2023). *Strategi pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Rahardjo, M. (2011). *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*. GEMA Media Informasi & Kebijakan Kampus.
- Raharjo, T, W. (2018). *Strategi pemasaran dan penguatan daya saing produk batik UMKM*. Jakad Media Publishing.
- Raharjo, T, W., & Rinawati, H, S. (2019). *Penguatan strategi pemasaran dan daya saing UMKM berbasis kemitraan Desa Wisata*. Jakad Media Publishing.
- Ramadhani, R., & Bina, N, S. (2021). *Statistika penelitian pendidikan: Analisis perhitungan matematis dan aplikasi SPSS*. Kencana.

- Respatiningsih, H. (2023). *Manajemen usaha mikro kecil: Rahasia sukses mengelola usaha mikro kecil*. UNISNU Press.
- Rifai, I., Mandey, S, L., & Lopian, S, L. (2023). *Fenomena pinjaman online (konsep dan strategi pemasaran)*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Rini, A, S. (2010). *Sukses buka toko kelontong modal 2,5 juta*. Media Pressindo.
- Riyanto, D, W, U. (2019). *Teori organisasi struktur dan desain*. UMM Press.
- Rofiah, C., Nurali, & Purwanto, N. (2022). *Buku panduan kewirausahaan*. Media Nusa Creative.
- Rokhmah, B, E., & Yahya, I. (2020). Tantangan, kendala, dan kesiapan pemasaran online UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Sukoharjo. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 1 (1), 20–31.
- Sakti, D, P, B. (2023). Bauran pemasaran jasa. Dalam M. A. Wardana (Ed.), *Manajemen pemasaran jasa* (81–97). CV. Intelektual Manifes Media.
- Saleh, M, Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan strategi pemasaran*. SAH Media.
- Salim, J. (2013). *Step by step - toko online*. Elex Media Komputindo.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen pemasaran*. Samudra Biru.
- Sherly. (2010). *25 usaha terlaris modal 1-3 jutaan*. Great! Publisher.
- Shofwatunida & Nurmawaty, D. (2022). Analisis penerapan strategi bauran pemasaran 7P untuk peningkatan kunjungan rawat jalan di masa pandemi covid-19 di Klinik Griyahasada Bekasi tahun 2021. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 3 (1), 336–349.
- Sirait, M. (2009). *Sulap sampah plastik lunak jadi jutaan rupiah*. Bentang Pustaka.
- Siregar, O, M., & Nasution, M, D, T, P. (2023). *Revolutionizing marketing: Strategi inovatif bisnis modern*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Siregar, S. (2013). *Metode pemilihan kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Kencana.
- Soeharso, S, Y. (2023). *Metode penelitian bisnis*. Penerbit Andi.
- Sukoco, S, A. (2018). *New komunikasi pemasaran teori dan aplikasinya*. Pustaka Abadi.
- Suputra, I, G, W. (2021). *How to create service excellent for your guests*. Nilacakra.
- Surveyandini, M. (2022). *Strategi pemasaran ampuh*. Nas Media Pustaka.

- Susanto. (2022). *Pengantar bisnis*. CV Pena Persada.
- Sutikno. (2022). *Strategi dan teknik penelitian (kuantitatif dan kualitatif)*. Guepedia.
- Suwartini & Sumiyati. (2021a). *Produk kreatif dan kewirausahaan akuntansi dan keuangan lembaga SMK/MAK kelas XII*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Suwartini & Sumiyati. (2021b). *Produk kreatif dan kewirausahaan akuntansi dan keuangan lembaga SMK/MAK kelas XI*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Tanjung, A, A., & Mulyani. (2021). *Metodologi penelitian sederhana, ringkas, padat dan mudah dipahami*. Scopindo Media Pustaka.
- Tanzil, M, Y., Kusumowidagdo, A., Tjandrawibawa, P., Tahalele, Y, K, S., & Toreh, F, R. (2021). *Fashionpreneur 101 strategi memulai bisnis fashion*. Penerbit Universitas Ciputra.
- Triwardhani, D. (2021). Kemampuan mempromosikan bisnis. Dalam N. Rismawati (Ed.), *Dasar manajemen dan kewirausahaan* (181–198). Penerbit Widina.
- Ulfatin, N. (2022). *Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan: Teori dan aplikasinya*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Wheelen, T, L., Hunger, J, D., Hoffman, A, N., & Bamford, C, E. (2015). *Concepts in strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability*. Pearson Education.
- Winarni, E, W. (2018). *Teori dan praktik penelitian kuantitatif, kualitatif, PTK, R & D*. Bumi Aksara.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen strategis*. Penerbit Andi.
- Zakariah, M, A., Afriani, V., & Zakariah, M. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif, kuantitatif, action research, research and development (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.
- Zeithaml, V, A., Bitner, M, J., & Gremler, D, D. (2017). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm (seventh edition)*. McGraw-Hill Education.