

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN KULINER SENTRA BAKPIA MINO

(Penelitian Deskriptif Kualitatif di Jalan Tengiri, Desa Minomartani,
Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, D.I.Yogyakarta)



Dibuat Oleh :

LUCIA DEVILITASARI

13530005

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"

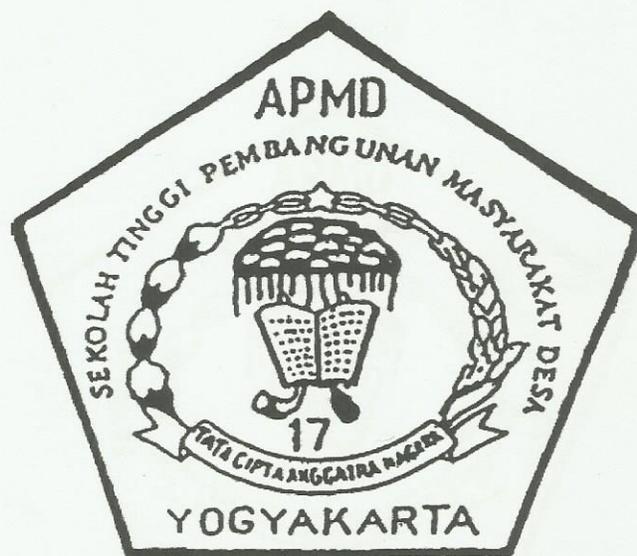
YOGYAKARTA

2017

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN KULINER SENTRA BAKPIA MINO

**(Penelitian Deskriptif Kualitatif di Jalan Tengiri, Desa Minomartani,
Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, D.I.Yogyakarta)**



Disusun Oleh :

LUCIA DEVILITASARI

13530005

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"

YOGYAKARTA



SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN KULINER SENTRA BAKPIA MINO

**(Penelitian Deskriptif Kualitatif di Jalan Tengiri, Desa Minomartani,
Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, D.I.Yogyakarta)**

Diajukan Sebagai Bukti Tertinggi

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD"

Yogyakarta



Disusun Oleh :

LUCIA DEVILITASARI

13530005

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"

YOGYAKARTA

2017



HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) ini bukan merupakan hasil karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya menyatakan bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi dalam skripsi ini.

Yogyakarta, 15 September 2017



Lucia Devilitasari

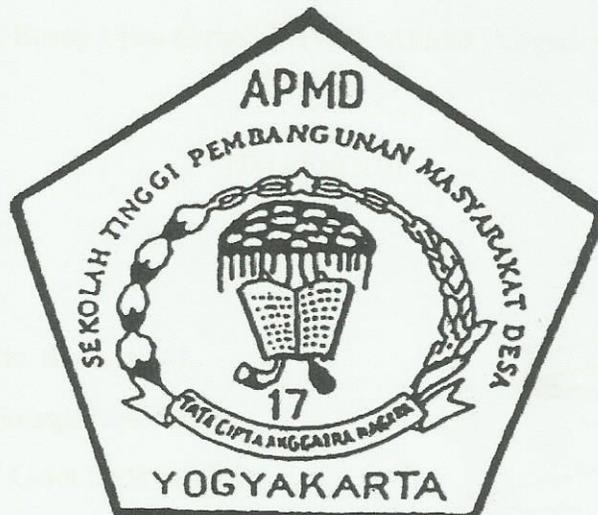
13530005

SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN

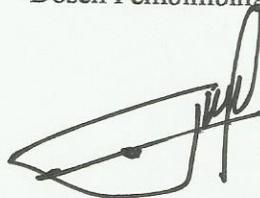
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KULINER SENTRA BAKPIA
MINO**

(Penelitian Deskriptif Kualitatif di Jalan Tengiri, Desa Minomartani, Kecamatan
Ngaglik, Kabupaten Sleman, D.I.Yogyakarta)



Mengetahui

Dosen Pembimbing



Sugiyanto, S.sos., M.M.

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"

YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Penguji untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi pada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta pada:

Hari : Selasa

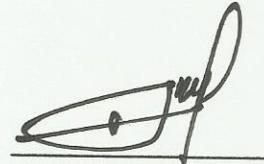
Tanggal : 12 September 2017

Tempat : Ruang Ujian Skripsi STPMD "APMD" Yogyakarta

TIM PENGUJI

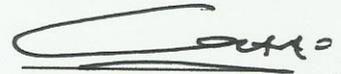
1. Sugiyanto, S.sos., M.M.

Ketua/Penguji/Pembimbing



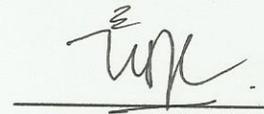
2. Drs. RY.Gatot Raditya, M.Si.

Penguji Samping I



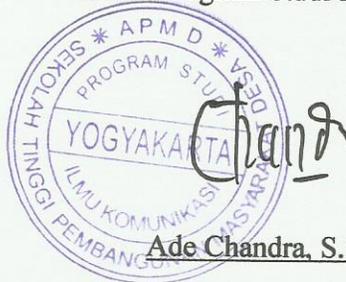
3. Dra. MC. Ruswahyuningsih, MA.

Penguji Samping II



Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Ade Chandra, S.Sos., M.Si.

NIY : 170 230 211

MOTTO

Segala pekerjaan dikerjakan bukan hanya sekedar dilihat serta didoakan

Dan

Mulailah hari-harimu dengan doa serta selalu tersenyum agar menjadi penyemangat bagi orang-orang sekitar ..

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena penyertaannya adalah penulis berhasil menyelesaikan tulisan ini

Bapak YL.Sudarto dan Ibu A.Y.Sriningsih tercinta terimakasih atas dukungan materil dan moral, perhatian, kasih sayang dan doa yang dicurahkan untuk penulis

Mas Hugo Wahyudi Indarto, Mas Epifani Dudik Pranatus, Mbak Catharina Sellawati, Mbak Agatha Ika Martani Budiharto, Mas Robertus Dadang Murbasatria, dan Mbak Emmanuella Christianingsih, yang telah memberikan dukungan materil maupun moril, kasih sayang, perhatian serta penghiburan saat penulis merasa penat

Kekasihku Mas Aegidius Krisnandito Priyandaru yang telah mendampingi mulai dari awal kuliah hingga lulus, dukungan, kasih sayang dan cinta yang terus mengalir untuk penulis, serta ketulusan dan kesabaran dalam membimbing penulis

Ponakan-ponakan tersayang Mbak Gabriella Nareswari Putri Yugatha, Adek Brigitta Aurelia Tanisa Yugatha, dan Adek Genoveva Kinarra Murbasatria yang telah berhasil menjadi *moodbooster* penulis saat penulis merasa penat dan butuh hiburan

Adek Sepupu Maria Ratna Dewanti yang memberikan semangat, dukungan serta penghiburan kepada penulis

Keluarga besar Trah Hadi Sumaryo yang telah memberikan semangat, dukungan dan dorongan agar skripsi ini segera selesai

Mama Helena Titik Suprapti dan Papa Y.B. Suprayitno yang telah memberikan dukungan, doa dan kasih sayang kepada penulis

Mbak E.P.Hayunindya Nareshwari dan Mas F.A.Chandra Budi Prasyetyo yang telah memberikan doa, kasih sayang serta dukungan materil maupun moril

Bude M.M.Sumarsih, Mas Bona, Mas Bintang dan Mbak Citra yang telah memberikan semangat, perhatian dan dukungan materil maupun moril kepada penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kemudahan yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik.

Tentu saja skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Habib Muhsin, S.Sos., M.Si, selaku ketua STPMD “APMD” Yogyakarta.
2. Bapak Ade Chandra, S.Sos., M.Si, selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD”.
3. Bapak Sugiyanto, S.Sos., M.M yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing sekaligus Bapak yang selalu sabar dan memberi motivasi kepada penulis dalam mendukung terselesainya skripsi ini.
4. Bapak Drs. RY. Gatot Raditya, M.Si. selaku dosen Penguji Samping 1, yang telah bersedia menguji penulis dan memberikan masukan.
5. Ibu Dra. MC. Ruswahyuningsih, MA. selaku dosen Penguji Samping 2, yang telah bersedia menguji penulis dan memberikan masukan.
6. Semua dosen jurusan Ilmu Komunikasi dan Keluarga besar STPMD “APMD” Yogyakarta yang telah membekali ilmu yang sangat berguna dalam penyelesaian penulisan skripsi ini dan memberikan pengetahuan

serta pengalaman yang dapat membantu memperlancar penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Pemerintah Negara Republik Indonesia yang telah mempercayakan dan memberikan dukungan materil berupa beasiswa penuh BIDIKMISI kepada penulis sehingga penulis dapat kuliah dan menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan lancar.
8. Seluruh staf STPMD”APMD” yang telah membantu melayani penulis untuk proses perkuliahan.
9. Mas Deni bagian sekretariat Prodi Ilmu Komunikasi, terimakasih atas segala bantuannya.
10. Teman-teman IMaKo, Kristi, Taufik, Yoga, Anggoro, Devina, Kak Petrik, Kak Andi, Mbak Ratih, Kak Thamrin, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
11. Seluruh pihak yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas *support*, masukan, dan ide-ide yang di berikan kepada penulis untuk proses penyelesaian skripsi ini.

Demikian skripsi ini penulis buat, dengan menyadari masih banyak kekurangan dalam hal penulisan, maka penulis sangat berharap masukan dan saran serta kritikan yang membangun dari pembaca, agar karya skripsi ini dapat menjadi bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan almamater STPMD “APMD”.
Terima kasih.

Yogyakarta, 15 September 2017

Lucia Devilitasari

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Kuliner di Sentra Bakpia Mino

Pemasaran merupakan hal terpenting dalam membantu memasarkan sebuah produk agar dapat di kenal oleh khalayak luas. Dalam melakukan pemasaran harus dengan strategi yang benar agar dapat mencapai tujuan yang sesuai keinginan. Strategis atau tidaknya lokasi berdirinya sebuah usaha sangat berpengaruh dalam penjualan suatu produk. Seperti yang dikatakan dalam teori pemasaran bahwa tempat (*place*) sangat berpengaruh dalam menarik minat pelanggan. Penelitian ini di lakukan untuk melihat strategi pemasaran apa yang digunakan, dengan lokasinya yang kurang strategis namun usaha ini dapat terus berdiri. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis kualitatif, alasan penulis menggunakan teknik analisis kualitatif karena yang penulis teliti adalah strategi pemasaran, yang memerlukan penelitian mendalam melalui wawancara mendalam serta menghasilkan data yang narativ dan tidak dapat di ukur dengan metode penelitian statistik. Penulis mendapatkan data dari hasil penelitian yaitu Sentra Bakpia Mino menggunakan strategi pemasaran cenderung dengan penjualan langsung (*direct selling*) dan penjualan personal (*tatap muka*) yang masuk kedalam Bauran Pemasaran.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Sentra Bakpia Mino.*

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat penelitian	6
E. Objek Penelitian	7
F. Kerangka Teori	7
1. Strategi	7
2. Pemasaran	9
3. Strategi Pemasaran	13

4. Sentra	14
5. Bauran Promosi	15
6. Analisis SWOT	21
G. Kerangka Berfikir	23
H. Metode Penelitian	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Lokasi Penelitian	26
3. Sumber Data Penelitian	26
4. Teknik Pengumpulan Data	26
5. Teknik Sampling	27
6. Teknik Analisis Data	28
BAB II. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	30
A. Sejarah Sentra Bakpia Mino	30
B. Brand	32
C. Produk	34
D. Lokasi	36
E. Jumlah Pelaku Usaha	36
F. Kapasitas Produksi	37
G. Jangkauan Pasar	38
H. Pelayanan dan Jam Pelayanan	38
I. Susunan Organisasi	40
Tabel 2.1	41
J. Proses Produksi	42
K. Pengemasan	42
L. Perijinan	43
BAB III. PEMBAHASAN	44
A. Sajian Data	44
1. Deskripsi Informan	44

Tabel 3.1	45
2. Awal Usaha	46
3. Motivasi Membuka Usaha	46
4. Strategi Pemasaran Sentra Bakpia Mino	47
5. Kontribusi Bakpia Mino Terhadap Masyarakat	52
6. Pencapaian Dalam Sentra Bakpia Mino	53
B. Temuan Data	54
C. Analisa Data	55
1. Strategi Pemasaran Di Sentra Bakpia Mino	56
Bagan 3.1	61
2. Analisis SWOT Sentra Bakpia Mino	62
 BAB IV. PENUTUP	 64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	64
 DAFTAR PUSTAKA	 66
 DAFTAR LAMAN	 67
 LAMPIRAN	 69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

“Tourism is the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes” (WTO, dalam Richardson & Flicker, 2004:6). Artinya pariwisata adalah kegiatan orang-orang yang berpergian ke dan tinggal di tempat-tempat di luar lingkungan mereka untuk tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk bersantai, bisnis, dan keperluan lainnya.

Di Indonesia terdapat banyak bentuk wisata, ada wisata alam, wisata edukasi, wisata religi, wisata sejarah, wisata budaya dan wisata kuliner. Menurut Badan Pusat Statistik, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk menjadi kota ketiga yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan. Yogyakarta menyediakan banyak tempat wisata bahkan kini semakin banyak di buka tempat-tempat wisata baru untuk berlomba-lomba menarik perhatian wisatawan yang datang ke kota Jogja (<https://id.m.wikipedia.org>).

Jika berbicara tentang kota Yogyakarta, tidak lengkap rasanya jika kita tidak membicarakan tentang kuliner khasnya yang tidak kalah banyak dan menarik. Selain Gudeg yang menjadi *icon* kota ini, ada juga Kipo, Yangko, Geplak, Tiwul, Gatot, Jadah Tempe, Oseng-oseng Mercon, Cethil dan Bakpia. Sering kali menjadi buah tangan para wisatawan untuk sanak saudaranya adalah

Gudeg dan Bakpia. Bicara tentang Bakpia, Bakpia Pathuklah yang terkenal sebagai sentra oleh-oleh Bakpia terlengkap. Namun ternyata belum banyak yang mengetahui tentang sebuah desa di Minomartani yang juga membuka usaha kecil menengah yang berupa Bakpia dengan kualitas yang tidak kalah baik.

Perkembangan bakpia sebagai komoditi dagang di industri makanan dan kuliner berkembang dengan pesat di Yogyakarta. Perkembangan ini terjadi seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berlibur mengunjungi kota Yogyakarta, sehingga industri bakpia sebagai industri kuliner semakin berkembang mengikuti permintaan pasar yang juga semakin meningkat. Dampak positif dari perkembangan ini juga meningkatnya jumlah usaha kecil menengah (UKM) yang memproduksi bakpia, dimana keberadaan UKM ini membantu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri (e-jurnal.uajy.ac.id).

Ternyata hal ini benar-benar dimanfaatkan oleh salah satu warga yang dulunya adalah warga Pathuk namun kini berdomisili di Minomartani yang kemudian merintis industri rumahan untuk memproduksi bakpia. Ketekunan dan keuletannya membuat para warga yang lain tertarik untuk belajar membuat bakpia dan dari usaha para produsen yang rata-rata adalah warga jalan Tengiri, desa Minomartani ini mendapatkan hasil yaitu lebih dikenalnya bakpia mino. Terlebih pada akhir tahun 2011 pemerintah Kabupaten Sleman menetapkan Minomartani yang berada di jalan Tengiri, Kecamatan Ngaglik ini sebagai Sentra kuliner bakpia (<https://bisnisukm.com>).

Salah satu warga yang penulis ceritakan sebagai perintis pertama industri rumahan ini adalah ibu Suharti yang berasal dari kampung Pathuk dan telah

memiliki keahlian membuat bakpia secara turun temurun dari orang tuanya. Dulu semasa sekolah beliau sudah membantu orang tuanya berjualan bakpia. Namun karena beliau memutuskan untuk berdomisili ke Minomartani, beliau memutuskan untuk merintis bisnis bakpia ini dan menginspirasi warga lain di jalan Tengiri, Minomartani.

Di Desa Minomartani inilah beliau merintis usaha dari nol dengan guyup rukun dan tidak saling menjegal bahkan beliau malah saling mendukung satu dengan yang lain. Rasa yang ditawarkan di Sentra Bakpia Mino ini berbagai macam, yaitu rasa kacang hijau, ubi ungu, cokelat, dan masih banyak lagi varian lain yang tentunya dengan harga yang lebih relatif murah dibandingkan dengan Bakpia Pathuk (santapjogja.com).

Bakpia sendiri awalnya diadopsi dari makanan China dan dikenal dengan nama *Tou Luk Pia* yang berarti kue berisikan daging, dan orang biasa menyebutnya kue pia. Namun karena kini sudah mulai dikenal oleh warga Indonesia, maka isinya di sesuaikan dengan lidah orang Indonesia, ada yang isi kacang hijau, coklat dan keju. Sentra bakpia yang memiliki keunggulan *fresh from the oven* ini berada di jalan Tengiri. Bakpia yang mereka buat ini selalu baru dan tidak dapat bertahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet. Yang ditawarkan di Sentra Bakpia Mino tidak hanya bakpia basah namun ada juga bakpia kering yang juga tidak dapat bertahan lama meskipun kering, maksimal hanya 5 hari saja, karena tidak menggunakan bahan pengawet. Dalam sehari industri ini dapat menghasilkan 5-8kg bakpia dan dapat bertambah lagi ketika hari libur tiba.

Sentra Bakpia Mino ini memiliki berbagai keunikan, yang pertama, meskipun tempat yang tidak strategis namun sudah banyak yang berlangganan membeli oleh-oleh di tempat tersebut. Kedua, meskipun di Sentra Bakpia Mino terdapat banyak pesaing karena hampir setiap rumah memproduksi bakpia namun setiap produsennya tidak saling iri akan datangnya pelanggan. Dan ketiga, proses pemasaran yang dilakukan berbeda-beda, bahkan ada yang hanya memanfaatkan media lokal saja seperti majalah gereja dan radio tetapi masyarakat sudah banyak yang mengenal dan percaya akan produk yang di miliki oleh Sentra Bakpia Mino ini.

Tentu saja produsen melakukan berbagai usaha agar produknya dapat terus berkembang, salah satunya dengan melakukan pemasaran. Pemasaran adalah salah satu kegiatan yang pokok dalam mempertahankan suatu usaha. Pemasaran ini ada beberapa tujuan, untuk pemilik usaha tujuannya menarik pelanggan dan menaikkan laba, sedangkan untuk konsumen dapat menjadi bahan pertimbangan terhadap produk yang akan dibelinya melalui pemasaran dari pihak produsen dan berguna untuk membangun citra produk dihadapan konsumen.

Seiring berjalannya waktu semakin banyak berdatangan di dunia kuliner orang-orang kreatif yang menghadirkan makanan-makanan baru dengan berbagai macam varian. Hal itu merupakan suatu tantangan bagi para produsen Bakpia khususnya di Minomartani ini untuk tetap bertahan dengan tetap menghadirkan produk terbaiknya. Karena bagaimanapun juga meskipun sudah hadir makanan-makanan baru, Bakpia ini akan tetap dicari oleh para wisatawan sebab makanan ini merupakan makanan khas dari kota Jogja.

Di Yogyakarta ini, yang mulai dikenal oleh wisatawan karena objek wisatanya yang semakin diperbanyak serta kulinernya yang semakin bervariasi macamnya, tidak jarang usaha kuliner yang gulung tikar karena tidak mampu untuk menghadapi persaingan yang dapat dikatakan ketat di dunia kuliner dan tidak mampu melakukan komunikasi pemasaran dengan tepat. Dalam suatu usaha tidak hanya barang yang dihasilkannya yang menjadi perhatian, namun juga pada aspek memproses produk serta sumber daya manusia dan lingkungannya. Dengan demikian hanya usaha yang benar-benar berkualitas yang mampu bertahan menghadapi persaingan.

Peran komunikasi pemasaran dalam dunia usaha sangat penting untuk melakukan komunikasi dengan masyarakat luas tentang keberadaan produk yang di buat oleh para produsen. Dalam hal ini yang bertugas untuk memasarkan produk harus lebih teliti dan berhati-hati dalam menyusun rencana komunikasi pemasaran dengan masyarakat. Penentuan pada siapa saja akan melakukan komunikasi pemasaran adalah yang penting, penentuan ini berguna agar proses penyampaian pesan dapat efektif dan efisien. Proses komunikasi pemasaran ini dapat melalui berbagai cara dan dapat juga melalui media massa maupun media cetak (Yulia Magdalena Sihombing, 2010).

Semakin ketatnya persaingan di dunia kuliner, Sentra Bakpia Mino melakukan kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat mengenai kualitas produk dan mutunya dalam melayani agar konsumen yang datang dapat merasa puas. Bagaimana strategi dalam meningkatkan kualitas produk dan mutu dalam pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan dari para konsumennya Sentra Bakpia Mino.

- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- I.M.K.B.Gruda Pratama. 2017. Strategi Dalam Membangun Social Media Marketing Pada Akun Instagram @KULINERYOGYA. *Skripsi*. Prodi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa Yogyakarta
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Dasar-dasar pemasaran edisi kesembilan jilid I*. Alih bahasa oleh Benjamin Molan. Jakarta: Indeks
- Magdalena, Sihombing Yulia. 2010. Strategi Pemasaran Produk Penerbit-Percetakan Kanisius Yogyakarta. *Skripsi*. Prodi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa Yogyakarta
- Pitara I, dkk. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. CV ANDI OFFSET. Yogyakarta
- Permana, Yoga. 2012. Strategi Komunikasi Pemasaran Pelaku Usaha Hotel Di Lokasi Pariwisata Pantai Parangtritis. *Skripsi*. Prodi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Sulistyowati, Fajarini. 2004. *Modul Metode Penelitian Komunikasi*. STPMMD "APMD". Yogyakarta
- Selvia, Fitriana. 2016. Pemberdayaan Perempuan melalui Strategi Pemasaran Tupperware. *Skripsi*. Prodi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta

Ngindra, Putri Wunge. 2015. *Strategi Bidang Konseling Gereja Dalam Melayani Jemaat Di Gereja Kristen Indonesia Gejayan Daerah Istimewa Yogyakarta. Skripsi*. Prodi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa Yogyakarta

Yusuf, Hamali Arif. 2016. *Pemahaman Strategi bisnis&kewirausahaan*. Prenada Media. Jakarta

Daftar Laman

e-jurnal.uajy.ac.id diakses tanggal 06 Februari 2017, pukul 06.26

eprints.walisongo.ac.id diakses pada tanggal 09 Februari 2017, pukul 08.36

<https://library.binus.ac.id> diakses tanggal 15 Januari 2017, pukul 13.46

<https://id.m.wikipedia.org> diakses tanggal 05 Februari 2017, pukul 20.08

<https://bisnisukm.com> diakses tanggal 05 Februari 2017, pukul 20.55

<http://eprints.walisongo.ac.id> diakses tanggal 08 Februari 2017, pukul 07.45

<http://abstraksiekonomi.blogspot.co.id/2014/01/pengertian-sentra-industri.html>
diakses tanggal 05 Februari 2017, pukul 22.00

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Produk> diakses pada tanggal 04 Agustus 2017,
pukul 11.20

Laurensia Hanjani Putri, 2016. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Nugget Delicy*. Jurnal Manajemen dan StarUp Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya (<http://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/138/129> diakses pada tanggal 06 Juni 2017, pukul 11.07)

metode1.blogspot.co.id diakses tanggal 15 Januari 2017, pukul 14.15

Nurdiani Nina, 2014. *Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. Jurnal Comtech Vol. 5 no. 2, Architecture Departement, Faculty Of Engineering, BINUS University, Jakarta Barat.* Diakses pada 13 September 2017 pukul 18.00

studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran diakses tanggal 09 Februari 2017, pukul 05.57

santapjogja.com diakses tanggal 05 Februari 2017, pukul 21.16

Wening Sri. 2013. *Pengembangan Produk dan Strategi Pemasaran Busana Batik Bantulan dengan Stilasi Motif Ethno Mosern. Tjurnal Penelitian Humaniora, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.* (<https://media.neliti.com>) diakses pada 06 Februari 2017, pukul 08.10