

**IMPLEMENTASI BAURAN PROMOSI DALAM USAHA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CAFE BELIKOPI KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH:

HASRUL PUTAPANG

NPM: 19.1.02.02.0301

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Oleh :

HASRUL PUTAPANG

NPM : 19.1.02.02.0301

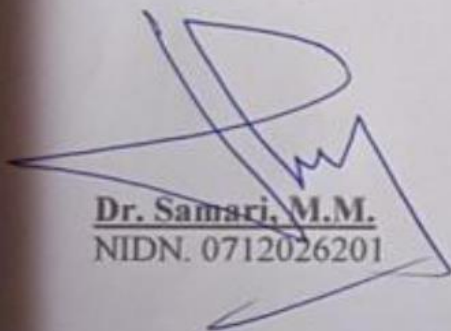
Judul :

**IMPLEMENTASI BAURAN PROMOSI DALAM USAHA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CAFE BELIKOPI KEDIRI**

Telah disetujui untuk di ajukan kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

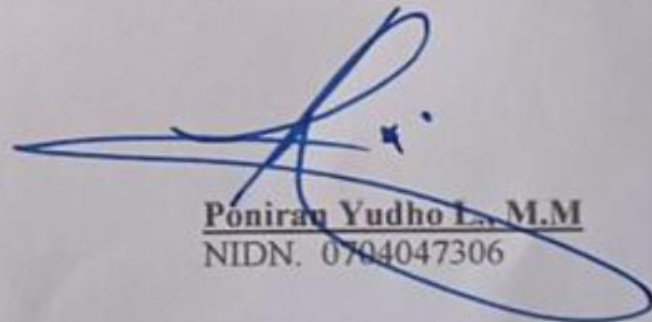
Tanggal : 07 Juli 2023

Pembimbing I



Dr. Samari, M.M.
NIDN. 0712026201

Pembimbing II



Ponirau Yudho L., M.M.
NIDN. 0704047306

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Oleh :

HASRUL PUTAPANG

NPM : 19.1.02.02.0301

Judul :

**IMPLEMENTASI BAURAN PROMOSI DALAM USAHA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CAFE BELIKOPI KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal : 20 Juli 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Peryaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Samari, M.M.
2. Penguji I : Rino Sardanto, S.Pd. M.Pd.
3. Penguji II : Poniran Yudho L., M.M.



Mengetahui,
Dekan FEB,



Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

SURAT PERYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Hasrul Putapang
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tgl. Lahir : 25 Desember 1999
NPM : 19.1.02.02.0301
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri,

Yang Menyatakan



Hasrul Putapang
Hasrul Putapang

NPM.19.1.02.02.0301

MOTTO :

"Nikmati saja proses psikologis yang dialami sepanjang perjalanan untuk mewujudkan impian." - Joe Hartanto

"Jadilah penggemar terbesar Anda sendiri. Cintai diri Anda dan berikan diri Anda hal-hal yang Anda butuhkan." - Mel Robbins

PERSEMBAHAN:

Kupersembahkan karya ini untuk :

Orang-orang tercinta yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, serta doa yang selalu mengiringi langkah menuju keberhasilanku, dan selalu memberikan semangat.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Implementasi Bauran Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Belikopi Kediri“ ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Nganjuk.

Pada kesempatan diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus – tulusnya kepada :

1. Dr. Zaenal Afandi, M. Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Nganjuk.
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Nganjuk.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Nganjuk.
4. Dr. Samari, M.M. selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan dan motivasi dengan sabar.
5. Poniran Yudho L., M.M selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan motivasi dengan sabar.
6. Kedua Orang Tua serta Teman-teman yang telah mendukung saya.
7. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan proposal seminar manajemen ini.

Penulis sudah berupaya untuk membuat skripsi sebaik mungkin, namun juga ada kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri,

Hasrul Putapang
NPM : 19.1.02.02.0301

ABSTRAK

Hasrul Putapang: Implementasi Bauran Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Belikopi Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata Kunci: Implementasi, Bauran Promosi, Penjualan

Café Belikopi Bandar Lor Kota Kediri, peneliti mendapat informasi bahwa Café Belikopi Kediri mengalami peningkatan omset pada bulan Agustus, karena ada beberapa promo yang selenggarakan untuk upaya meningkatkan penjualan, yaitu melalui media sosial instagaram, dan juga melalui platform. Usaha Café Belikopi tersebut setiap harinya sangat ramai dan tidak pernah sepi dikunjungi oleh para konsumen dan juga ojek-ojek online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi bauran promosi dalam usaha meningkatkan penjualan pada Cafe Belikopi Kediri, dan perencanaan strategi bauran promosi yang dapat meningkatkan penjualan pada Cafe Belikopi Kediri. Data diperoleh dari pemilik usaha (owner), karyawan, dan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil penelitian pemilik usaha cafe Belikopi diharuskan untuk lebih memperhatikan bauran promosi yang diterapkan dan lebih banyak atau menambahkan promosi-promosi yang belum diterapkan agar bisa meningkatkan penjualan, dikarenakan para pesaing juga akan melakukan promosi besar-besaran kalau mereka kalah dengan pesaing mereka sendiri dan strategi buaran promosi yang sedang diterapkan di cafe Belikopi agar dipertahankan dan kalau bisa ditingkatkan lagi agar penjualan makanan atau minuman di cafe Belikopi terus meningkat seiringnya perkembangan zaman. Jadi implementasi bauran promosi yang diterapkan pada cafe Belikopi Kediri dapat meningkatkan penjualan produk dan pada cafe Belikopi Kediri memiliki perencanaan strategi bauran promosi yaitu internal dan eksternal, dengan promosi internal pimpinan memanfaatkan karyawan dalam promosi melalui aplikasi Whatsapp story mereka dan promosi eksternal malalui media sosial dengan share promo-promo agar menarik konsumen untuk membeli produk tersebut

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat teoritis	8
2. Manfaat praktis	8

BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori.....	10
1. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	10
2. Bauran Promosi.....	13
3. Penjualan.....	15
4. Hubungan Antara Promosi dan Penjualan	16
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Berpikir.....	18

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	21
1. Pendekatan Penelitian	21
2. Jenis Penelitian	21
B. Kehadiran Penelitian.....	22
C. Situs Penelitian	22
D. Tahapan Penelitian.....	23
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan.....	25
F. Prosedur Pengumpulan Data	27

G. Teknik Analisis Data	30
H. Keabsahan Data	31
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum dan Deskripsi Situs Penelitian	32
1. Sejarah Singkat Belikopi	32
2. Visi dan Misi Belikopi.....	33
3. Struktur Organisasi	33
4. Deskripsi Informan	36
B. Diskripsi Data Hasil Penelitian.....	37
C. Interpretasi Hasil dan Pembahasan.....	42
BAB V : KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Kesimpulan	46
B. Implikasi.....	46
C. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Alat-alat Promosi	18
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1 Informan Belikopi	36
Tabel 4.2 Implentasi Bauran Promosi.....	42
Tabel 4.3 Strategi Bauran Promosi	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Cafe Belikopi	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Surat Ijin Penelitian

Lampiran 3. Berita Acara

Lampiran 4. Surat Balasan Penelitian

Lampiran 5. Dokumentasi

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu usaha cafe di Indonesia sangat diminati oleh berbagai kalangan anak muda maupun orang tua. Karena melihat banyaknya masyarakat yang gemar meminum kopi dari berbagai jenis kopi. Dan juga melihat begitu banyak cafe-cafe yang menyediakan kopi berkualitas rendah sampai berkualitas tinggi, yang mulai berdiri dari waktu ke waktu dengan segala penawaran menu yang menarik. Perkembangan usaha cafe yang mulai sangat pesat dan banyak peminat memunculkan usaha-usaha cafe yang menyajikan berbagai macam menu minuman kopi mulai dingin maupun panas. Pada saat ini sudah banyak usaha-usaha cafe yang menawarkan konsep menu minuman kopi yang menarik.

Berbicara tentang dunia usaha cafe, tentu semua tidak akan pernah lepas dari proses promosi. Menurut Jaiz (2018), salah satu cara yang sering digunakan produsen dalam bidang pemasaran untuk meningkatkan hasil dari produksi yang maksimal yaitu melalui promosi, karena melalui promosi merupakan salah satu tahap yang sangat penting untuk dilakukan agar para konsumen mengetahui tentang apa dan bagaimana manfaat sebuah produksi tersebut diciptakan dan sebagai sarana untuk mencari perhatian dari kosumen, menciptakan dan menumbuhkan rasa tertarik pada konsumen dan dilanjutkan pada rasa ingin tahu konsumen pada suatu barang. Sehingga para pengusaha atau pelaku bisnis usaha cafe akan memfokuskan promosi kepada konsumen untuk meningkatkan penjualan produknya.

Pengusaha-pengusaha pada saat ini sedang berlomba-lomba untuk menciptakan ide yang kreatif dalam mengembangkan usaha mereka agar mampu menghadapi persaingan. Semakin tinggi persaingan pasti mengharuskan pengusaha untuk menawarkan berbagai jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk dan jasa yang kita tawarkan. Salah satu konsep pemasaran berhasilnya suatu usaha apabila usaha tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah memasuki era kompetisi. Sejalan dengan hal tersebut, upaya yang dapat dilakukan yakni dengan melakukan kegiatan promosi yang meliputi, *advertising, sales promotion, personal selling, public relation, direct marketing* agar calon konsumen dapat lebih mengenal, memahami produk apa yang akan ditawarkan. Di dalam bauran promosi terdapat 5 strategi untuk memasarkan suatu produk. Bauran promosi terdiri dari Iklan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Penjualan Personal (*Personal Selling*), Pemasaran Langsung (*Dirrect Marketing*), dan Media Interaktif (*Interactive Media*). (Sandy et al., 2018)

Menurut Kotler & Armstrong (2017), “Promosi (*Promotion*) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi”. Menurut Fitriana & Utami (2017), “strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan”. Dari

teori para ahli tersebut, maka para pengusaha atau pelaku bisnis akan menggunakan berbagai cara promosi untuk menarik konsumen.

Bisnis cafe merupakan bisnis yang banyak ditekuni oleh masyarakat saat ini, karena bisnis dibidang ini cukup banyak menjanjikan keuntungan, ditambah lagi sudah banyak diantara mereka yang memang mencapai kesuksesan lewat bisnis cafe tersebut. selain itu, bisnis cafe ini juga cukup mudah untuk memulainya sehingga banyak masyarakat yang tertarik dan berkecimpung dibidang bisnis cafe ini.

Seperti halnya pada Café Belikopi yang berada di Bandar Lor Kediri, zaman yang serba digital sangat memudahkan semua pengguna untuk mengakses semua melalui ponsel. Café Belikopi sangat mengandalkan penggunaan media sosial dalam rangka menunjang penjualan, serta bekerja sama dengan beberapa platform, antara lain Grab, Gojek, dan Shopee untuk memudahkan semua pengguna yang membutuhkan jasa dalam hal memenuhi keinginan. Café Belikopi terdapat beberapa cabang, salah satunya yang ada di bandar lor kota kediri, banyak café yang ada di Kediri, namun Café Belikopi Kediri tergolong café dengan rating penjualan yang lumayan tinggi, karena Café Belikopi selain menjual produk kopi dan juga roti panggang, juga menjual jasa, sehingga dengan demikian tidak heran jika banyak pembeli yang datang.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan bapak Suhendik selaku menejer operasional Café Belikopi Bandar Lor Kota Kediri, peneliti mendapat informasi bahwa Café Belikopi Kediri mengalami peningkatan omset pada bulan Agustus, karena ada beberapa promo yang diselenggarakan untuk upaya meningkatkan

penjualan, yaitu melalui media sosial *instagaram*, dan juga melalui platform. Usaha Café Belikopi tersebut setiap harinya sangat ramai dan tidak pernah sepi dikunjungi oleh para konsumen dan juga ojek-ojek *online*. Terlebih lagi jika dilihat sangat banyak usaha cafe di kota Kediri yang mungkin menyajikan makanan dan minuman yang serupa, terlebih lagi tempat dari Café Belikopi yang cukup strategis karena berada di daerah ramai usaha-usaha kuliner anak muda. Peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu karyawan Café Belikopi yang mengatakan bahwa “Café Belikopi sering mengadakan promo-promo yang sangat menggiurkan bagi para konsumennya dengan cara memberikan potongan harga atau memberi bonus makanan melalui aplikasi *Instagram* karena pengikut di *Instagram* Café Belikopi sudah sangat banyak”. Maka, salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran adalah promosi. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Café Belikopi ini guna untuk mengetahui bagaimana bauran promosi yang dilakukan oleh usaha kuliner tersebut dalam upaya meningkatkan volume penjualannya yang tiap tahunnya selalu bertambah, dengan mengambil judul **“Implementasi Bauran Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Belikopi Kediri”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, dan dari hasil observasi lapangan, maka peneliti memfokuskan penelitiannya pada cara Cafe Belikopi Kediri mengimplementasikan, merencanakan strategi bauran promosi yang dapat meningkatkan penjualan pada cafe belikopi kediri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dan dari hasil observasi lapangan oleh peneliti, maka focus penelitian dapat di rumuskan dalam peertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi bauran promosi dapat meningkatkan penjualan pada Cafe Belikopi Kediri?
2. Bagaimana perencanaan strategi bauran promosi yang dapat meningkatkan penjualan pada Cafe Belikopi Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dan observasi lapangan, maka peneliti mempunyai tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui implementasi bauran promosi pada cafe Belikopi kediri.
2. Untuk mengetahui strategi perenacanaan promosi.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian diharapkan dapat menambah perkembangan ilmu pengetahuan tentang penerapan teori manajemen pemasaran, khususnya mengenai bauran promosi dalam meningkatkan penjualan suatu produk.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dan informasi bagi perusahaan dalam menerapkan bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan.

b. Bagi Peneliti

Sebagai penambah wawasan peneliti dan melatih diri untuk berfikir secara ilmiah serta menambah pengetahuan tentang bauran promosi dalam meningkatkan penjualan suatu produk.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang memfokuskan penelitian tentang bauran promosi dalam meningkatkan penjualan suatu produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahransyah, M. A., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh bauran promosi dan brand awareness terhadap minat beli topi kulit eervoleather. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 37–46. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.18>
- Creswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif & Desain Riset. In *Mycological Research* (Vol. 94, Nomor 4).
- Diyanti, A. (2022). Manajemen Pemasaran Digital Reddoorz Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Kepuasan Konsumen. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Ekomurdiyanto, D. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya*.
- Endang, W. W. (2021). Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif. 2021.
- Tjiptono Fandy. (2015). *Strategi Pemasran*. andi.
- Fitriana, O., & Utami, N. (2017). Buku ajar strategi promosi penjualan. *Book*.
- Garib, W. Bin, Joyce, S. L. H. V. L., & Mananeke, L. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Pt. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1).
- Gunawan, I. (2017). Metode Pnelitian Kualitatif. *Jakarta: Bumi Aksara*, 143.
- Hasan, M. (2018). Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah. In *Pena Salsabila*.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1).
- Ikhsan, A., Muhyarsyah, Tanjung, H., & Oktaviani, A. (2017). Metodologi Penelitian Untuk Akuntansi dan Manajemen. In *citapustaka media*.
- Imaniar, N., Indrawan, A., & Nurmilah, R. (2020). PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA KOTOR (Studi Kasus Pada Home Industry Kopi Karuhun). *Jurnal Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, September, 583–591.
- Indriyati, I. N., Daryanto, A., & Oktaviani, R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Persepsi Konsumen PT Home Credit Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.2.261>
- Jaiz, S.Sos., MPd, M. (2018). Dasar-dasar sebuah Periklanan. In *Ilmu Komunikasi*.
- Kotler & Armstrong. (2017). *Philip Kotler Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1. intro (PDFDrive.com).pdf* (hal. 1–27).

- Kotler, P. (2017). Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. In *PT. Prehallindo. Jakarta*.
- Mahzura, T. A. S. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Peningkatan Penjualan Pada Burger Sei Putih Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 11(1), 65–80.
- Maulidiyah, I. N. (2021). Implementasi Good Corporate Governance. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(2).
- Moleong, L. J. (2019). Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Musfar, T. F. (2020). Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam manajemen pemasaran. In *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*.
- Putri, Y. A. (2019). Pengaruh bauran promosi dan gaya hidup terhadap minat beli pada kedai kopi serasi. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(2). <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.84>
- Rahmi, E., & Taher, A. (2019). Implementasi Bauran Promosi Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Taman Rusa Sibreh Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP (JIMFISIP)*, 4(4).
- Sandy, F., Arifin, Z., & Yaningwati, F. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(2).
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(1). <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D). In *Bandung: Alfabeta*.
- Sujarweni, V. W. (2017). Metode Pengembangan Sistem Akuntansi dan Seluk Beluknya. In *Sistem Akuntansi*.
- Sumarni, I. (2020). Optimalisasi Laba Menggunakan Analisa Cost Volume Profit (Pada UMKM Gula Habang Taratau di Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 4(20).
- Utami, M. D. (2018). Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket Pada Pt. Maniela Tour & Travel Di Makassar. *Universitas Hasanuddin Semarang*.
- Yulianto, C. G., Rahmadani, A., Hadi, V. I., Kencana, C. P., Hadi, O. N. S., & Diniah, M. R. P. D. (2021). Filsafat Ilmu: Jenis-Jenis Penalaran Dan Implikasinya Pada Riset. *ResearchGate, April*.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal Of Scientific Communication (JSC)*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>