

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
PERSAINGAN MAKEUP ARTIST NGANJUK UNTUK MENINGKATKAN
MINAT KONSUMEN**

(Study Kasus Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
guna Memperoleh gelar Sarjana S1
pada program Studi Manajemen



Oleh:

**FATTMA AINUN KHIFTIYAH
NPM19.1.02.02.0208**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2024

Skripsi Oleh:

FATTMA AINUN KHIFTIYAH
NPM : 19.1.02.02.0208

Judul:

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERSAINGAN MAKE
UP ARTIST NGANJUK UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN**
(Study Kasus Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin)

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada tanggal: 09 Juli 2024

Pembimbing I



Restin Meilina, S.E., M.M
NIDN: 0721058605

Pembimbing II



Susi Damayanti, S.Pd, M.M
NIDN: 0723117802

Skripsi Oleh:

FATTMA AINUN KHIFTIYAH
NPM : 19.1.02.02.0208

Judul:

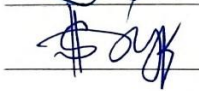
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERSAINGAN MAKE
UP ARTIST NGANJUK UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN**
(Study Kasus Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin)

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada tanggal: 09 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

- | | | |
|--------------|----------------------------------|---|
| 1. Ketua | : Restin Meilina, M.M |  |
| 2. Penguji 1 | : Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M |  |
| 3. Penguji 2 | : Susi Damayanti, S.Pd., M.M | |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN.0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Fattma Ainun Khiftiyah
Jenis kelamin : Perempuan
Tempat/tgl lahir : Nganjuk, 28 Januari 2000
NPM : 19.1.02.02.0208
Fak/Jur/Prodi : FEB/S1 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 diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan diterbitkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 3 Juli 2024
Yang Menyatakan



Fattma Ainun Khiftiyah
19.1.02.02.0208

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“nikmatilah setiap proses yang ada dihidupmu, terkadang kita akan ada diatas terkadang kita ada dibawah, itulah roda kehidupan. Jika kita berjuang dan yakin pada Allah roda kehidupan akan berputar dan semua impian, harapan pasti akan tercapai”

Kupersembahkan karya ini untuk:

1. Seluruh keluarga tercinta, Bapak Mulyani, Ibu Anik Kusrini serta Adik tercinta Cantika Dwi Rizky Rahmawati serta semua keluarga yang telah memberikan *support* dan doa hingga saya bisa sampai pada titik ini, terimakasih semuanya.
2. Pemilik Dalem Suryo Kusumo yang telah berkenan dan memberikan kesempatan dan izin bagi saya untuk melakukan penelitian.
3. Sahabat-sahabat saya terutama Virda Eka Alyanti yang senantiasa menemani selama proses pengerjaan skripsi dan memberikan dukungannya.
4. Almamater tercinta Universitas Nusantara PGRI Kediri.

ABSTRAK

Fattma Ainun Khiftiyah Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan *Make Up Artist* Nganjuk Untuk Meningkatkan Minat Konsumen (Study Kasus Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin), Skripsi, Manajemen, FEB UN PGRI Kediri, 2024

Kata Kunci: *opportunity*, strategi pemasaran, *strength*, SWOT, *threat*, *weakness*

Penelitian saat ini dilakukan dengan tujuan untuk; 1) mengetahui strategi pemasaran di Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin Nganjuk dan 2) mengetahui faktor-faktor pendorong dalam meningkatkan penjualan produk jasa di Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin Nganjuk. Jenis dan metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Jenis penelitian ini digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Usaha Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin Nganjuk dalam 4 aspek SWOT meliputi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* telah menggambarkan model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana menciptakan dan memberikan nilai pada bisnisnya. Dengan kondisi tersebut Usaha Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin Nganjuk masih perlu dikembangkan untuk menunjang perkembangan pada usahanya. Lima (5) faktor yang memberikan pengaruh bagi keberhasilan MUA hits di Indonesia dalam membangun usaha di bidang jasa *makeup*, yaitu; 1) *makeup* merupakan *passion*-nya, 2) memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan *makeup* MUA lain, 3) profesional dan totalitas, 4) selalu asah skill *makeup* dan mencari pengalaman, dan 5) selalu *update* perkembangan trend *makeup*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini sebagai syarat memperoleh gelar sarjana manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M. Si., selaku rektor UN PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus pembimbing satu yang telah memberikan arahan dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Susi Damayanti, S,Pd, M.M, selaku pembimbing dua yang telah memberikan arahan dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas UN PGRI Kediri yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan laporan dalam seminar manajemen ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Kritik dan saran serta masukan yang membangun sangat dibutuhkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya disertai harapan semoga skripsi ini memberikan manfaat, sumbangan pengetahuan dan menjadi suatu karya yang bermanfaat.

Kediri, Juni 2024
Penulis

FATTMA AINUN KHIFTIYAH
NPM :19.1.02.02.0208

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii	
HALAMAN PENGESAHAN	iii	
HALAMAN PERNYATAAN	iv	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v	
ABSTRAK	vi	
KATA PENGANTAR	vii	
DAFTAR ISI	ix	
DAFTAR TABEL	xi	
DAFTAR GAMBAR	xii	
DAFTAR LAMPIRAN	xiii	
BAB I	PENDAHULUAN.....1	
	A. Latar Belakang Masalah.....1	
	B. Fokus Penelitian	7
	C. Rumusan Masalah	8
	D. Tujuan Penelitian	8
	E. Manfaat Penelitian	8
BAB II	LANDASAN TEORI.....11	
	A. Kajian Teori	11
	1. Strategi Pemasaran	11
	2. Manajemen Pemasaran	13
	3. Pengertian Persaingan	18
	4. Pengertian Konsumen	20
	5. Penegrtian Minat Konsumen	21
	B. Penelitian Terdahulu	22
	C. Kerangka Berpikir	25
BAB III	METODE PENELITIAN	28
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	28
	1. Pendekatan Penelitian	28
	2. Jenis Penelitian	29
	B. Kehadiran Penelitian	30
	C. Situs Penelitian	31
	D. Waktu Penelitian	31
	E. Tahapan Penelitian	32
	1. Tahap Pre Lapangan	32
	2. Tahap Pelaksanaan	32
	3. Tahap Analisis Data	33

F.	Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	33
1.	Sumber Data	33
2.	Teknik Pemilihan Informan	34
G.	Prosedur Pengumpulan Data	36
1.	Wawancara	36
2.	Observasi	36
3.	Dokumentasi	37
H.	Teknik Analisis Data	37
1.	Reduksi Data	38
2.	Penyajian Data	38
3.	Verifikasi Data	38
I.	Uji Keabsahan Temuan	39
1.	Triangulasi Sumber Data	39
2.	Triangulasi Teknis Pengumpulan Data	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A.	Gambaran Umum Informan dan Deskripsi Situs Penelitian	41
B.	Deskripsi Data Hasil Penelitian	42
1.	Wawancara Analisis SWOT	43
C.	Pembahasan	45
1.	Strategi Pemasaran Dalem Suryo Kusumo Rias Pengantin terhadap Persaingan <i>Make Up Artist</i> Nganjuk	45
2.	Faktor Pendorong untuk Meningkatkan Penjualan Jasa Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin	60
BAB V	PENUTUP	67
A.	Temuan	67
B.	Implikasi	68
C.	Rekomendasi	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN		73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persaingan MUA di Nganjuk	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.2	Waktu Penelitian	32
Tabel 4.1	Hasil Wawancara Penelitian	42
Tabel 4.2	Hasil Wawancara SWOT	43
Tabel 4.3	Analisis SWOT	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1	Lokasi Rio Agung Rias Pengantin	31
Gambar 4.1	Ciri Khas <i>Make Up</i> Dalem Suryo Kusumo Rio Angung Rias Pengantin	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Partisipan EWD	73
Lampiran 2	Dokumentasi Kegiatan	76
Lampiran 3	Surat Izin Penelitian	77
Lampiran 4	Balasan Surat Izin Penelitian	78
Lampiran 5	Berita Acara Bimbingan Penyusunan Skripsi	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi serta digitalisasi saat ini, banyak pertumbuhan berbagai macam usaha baik di bidang jasa maupun produksi, yang ini dapat menghasilkan beragam aneka industri produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Bisnis rias pengantin termasuk salah satunya dan merupakan kategori bidang jasa yang menjanjikan. Semakin banyaknya industri kecantikan seperti rias pengantin juga semakin banyak pula persaingan dalam usaha tersebut. Ditambah lagi, Tata rias pengantin merupakan industri yang sangat besar dan menarik. Tak heran, semakin banyak kaum mudaya yang tertarik berkecimpung dalam industri tersebut. Namun sayangnya, banyak make up artist (MUA) atau penata rias pengantin mudaya yang mulai berpraktik tanpa memperhatikan aturan baku budaya daerahnya (kemendikbud.go.id, juni, 04, 2024). Tata rias pengantin merupakan suatu usaha dituntut untuk berinovasi dan berkembang menjadi lebih baik. Tujuannya yaitu salah satunya untuk menciptakan perkembangan suatu usaha dan usaha tersebut dapat bersaing di era saat ini dengan pelayanan yang semakin meningkat dan lebih baik. Dengan adanya pelayanan yang baik dan meningkat ataupun pelayanan prima yang diberikan oleh suatu usaha maka perusahaan itu akan dapat memenangkan pasar usaha dan usaha tersebut dapat berjalan di jalurnya. Terutama untuk mencapai tujuan

perusahaan yaitu kepuasan konsumen serta meningkatnya minat konsumen.

Menurut Tjiptono (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mengandung kualitas pelayanan memiliki dampak pada loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan, di mana semakin loyal pelanggan, semakin memiliki minat untuk melakukan transaksi pada perusahaan tersebut. Upaya menciptakan loyalitas pelanggan perlu adanya strategi pemasaran yang baik.

Semua usaha tentu memiliki strategi pemasaran yang mampu meningkatkan penjualan terhadap produk yang ditawarkan yang merupakan tujuan dari semua usaha yaitu memperoleh keuntungan. Semua usaha akan memaksimalkan strategi pemasaran yang digunakan agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen yang menggunakan produk tersebut, sehingga tujuan dari usaha dapat tercapai yakni memperoleh keuntungan (Sanjaya, 2020).

Menurut Kotler (Kharisma, 2016) pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas membeli pertukaran produk yang bernilai dari pihak lain.

Di dalam industri kecantikan atau industri kosmetik, ada beberapa topik yang menarik seperti Tren konsumen, Inovasi produk, Pasar global, Pemasaran digital, Keberlanjutan, Regulasi, Teknologi dan lain sebagainya ini memungkinkan banyaknya inovasi yang ada di era saat ini. Banyaknya industri yang menawarkan produk dan jasa yang sama dan

berorientasi kedalam pasar mereka sangat memungkinkan menyebabkan persaingan yang ketat, kondisi semakin kompleks, sehingga menuntut suatu usaha

industri kecantikan atau industri kosmetik lebih berinovasi dalam pelayanannya.

Branding, Inovasi produk dan pemasaran digital yang efektif memegang peranan penting dalam usaha industri kecantikan, Untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen maka dalam menjalankan industri kecantikan harus dikelola secara profesional mulai dari segi pelayanannya, strategi pemasaran yang baik, maupun segi keuangan yang harus dikelola dengan baik dan efisien. Serta industri kecantikan juga harus berupaya inovatif dalam menciptakan produk dan layanan jasa yang dibutuhkan oleh konsumennya. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing usaha menuntut setiap usaha dalam hal ini usaharia pengantin untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih unggul, lebih baik serta lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pihak

pesaing lainnya. Sehingga perhatian usaha industri kecantikan ini tidak hanya terbatas pada produk barang atau jasa yang dihasilkan saja, tetapi juga pada aspek proses, sumber daya manusia, serta lingkungannya. Sebagai langkah awal dari upaya mendefinisikan tuntutan konsumen, maka hal yang harus diperhatikan dan tidak dapat dipisahkan adalah ketersediaan informasi yang menyangkut persepsi dan harapan konsumen terhadap pelayanan

ang ditawarkan oleh suatu usaha yaitu industri kecantikan atau industri kosmetik. Untuk itulah maka perlu dianalisis sejauh mana konsumen merasa puas dengan pelayanan yang telah diterimanya. Salah satu usaha rias pengantin yang harus selalu memperhatikan strategi pemasaran adalah Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin.

Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin sebagai salah satu yang menjalankan industri kecantikan di Indonesia tentunya telah memiliki pengalaman yang cukup banyak dalam menghadapi persaingan di dalam industri kecantikan ini. Sebagai usaha yang telah cukup lama dikenal oleh masyarakat luas, maka Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin tentunya sudah memiliki standar pelayanan yang diterapkan setiap harinya secara baik di seluruh layanan pemakai jasa dari Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin.

Dengan pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai, dan profesionalitas dari pegawai dan jajaran staff Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin diharapkan dapat tercapainya kesepakatan bersama dalam penyelesaian permasalahan yang muncul di benak konsumennya. seperti masalah pelayanan, harga dan masalah-masalah yang timbul, sehingga dapat meminimalkan resiko kerugian dan ini sebagai bentuk mewujudkan tercapainya kualitas pelayanan yang tinggi.

Pelayanan terhadap pelanggan atau dalam hal ini konsumen merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pemakai layanan jasa

Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin maka akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian suatu usaha ini. Oleh karena itu suatu usaha harus memikirkan pentingnya kelangsungan kualitas pelayanan kepada para konsumennya secara lebih matang.

Beberapa ahli juga menyatakan bahwa memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para konsumen merupakan suatu keharusan pada lingkungan industri kecantikan yang kompetitif di masa sekarang ini. Kotler (2012) mengatakan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan tercapai.

Menurut teori Lupiyoadi dalam jurnal Muhammad Latif Nur Rohman Susanti (2021), memberikan kepuasan konsumen merupakan salah satu strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pelanggan tidak puas akan membuat mereka lari ke pesaing, artinya perusahaan akan kehilangan konsumen. Kehilangan satu konsumen berdampak sangat besar baik dalam jangka pendek dan bentuk kehilangan *revenue* penjualan dan dampak pertumbuhan perusahaan jangka panjang. Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (2023) untuk mengukur kualitas pelayanan dapat menggunakan lima indikator atau dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: dengan dimensi *tangibilitas, reliabilitas, responsiveness, empathy* dan *Assurance* pelayanan. Namun, seiring berjalannya waktu semakin banyak berkembang usaha rias pengantin, banyak usaha sejenis antara lain

Tabel 1.1

Persaingan MUA di Nganjuk

No	Nama	Jarak dengan Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin
1.	Suhud Salon	± 150 m
2.	Wahyu Wedding	± 750 m
3.	Griya Rias Ana Sutrisno	± 900 m
4.	Emma Makeup Wedding	± 3 km
5.	Ega Salon	± 3 km
6.	Alfi_meko Makeup	± 5 km
7.	Izza Salon	± 3 km
8.	Omah Rias Cahaya	± 7 km
9.	Sanggar Rias Mbak Eli	± 10 km
10.	Rias Pengantin “MUTIARA”	± 13 km

Sumber : Data diolah peneliti 2024

Untuk memenangkan persaingan, Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin harus lebih baik lagi dalam menyusun strategi pemasaran, salah satunya dengan analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen penyelidikan terhadap suatu peristiwa dalam perusahaan yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Perusahaan harus bisa mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kunci keberhasilan nya baik internal maupun eksternal di dalam lingkungan nya dengan tujuan meningkatkan daya saing (Rahmawati & Sutantri, 2019)

Saat ini yang diyakini sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan kepuasan

kepada pelanggan atau konsumennya yaitu pemakai layanan jasa dari Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin. Kepuasan pelanggan atau kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila mereka memperoleh apa yang diinginkan, terutama dari segi kualitas pelayanan yang mereka dapatkan. Kepuasan yang dirasakan setiap konsumen terhadap sebuah jasa yang mereka gunakan akan membawa efek baik dan positif terhadap kelangsungan sebuah usaha seperti industri kecantikan di Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin. Kualitas layanan yang baik akan berdampak bagus terhadap perusahaan. Hal ini dibuktikan pada jurnal, dwiaryani dan febrina rosinta, 2010. Hal ini mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah senjata ampuh dalam keunggulan perusahaan dan kualitas pelayanan dapat menimbulkan seseorang loyal terhadap perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas dan uraian tersebut yaitu betapa pentingnya kualitas jasa dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Make Up Artist Nganjuk Untuk Meningkatkan Minat Konsumen (Study Kasus Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin)”**

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini, fokus peneliti ada pada strategi pemasaran apa yang menjadi daya tarik konsumen pada usaha jasa Rias Pengantin Dalem

Suryo Kusumo Rio Agung

C. Rumusan Masalah

Terkait dengan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah.

1. Bagaimana strategi pemasaran di Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin Nganjuk?
2. Faktor pendorong apa saja yang menjadi daya tarik konsumen untuk meningkatkan penjualan produk jasa di Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin Nganjuk?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang hendak diteliti diatas, maka tujuan penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran di Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin Nganjuk.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor pendorong dalam meningkatkan penjualan produk jasa di Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin Nganjuk.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini ada dua macam manfaat, yaitu manfaat secara teoritis serta manfaat secara praktis yang dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah ruang yang lebar untuk mengetahui faktor-faktor pendorong dalam meningkatkan usaha. Hasil dari penelitian ini bisa dipakai sebagai rujukan serta informasi yang dibutuhkan , terkhusus untuk para peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Peneliti memperoleh tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan praktis tambahan di luar teori yang didapatkan di bangku kuliah.
- 2) Memberikan sumbangan informasi kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah ke pustakaan sebagai informasi bahan pembanding bagi penelitian lain serta sebagai wujud Dharma Bakti kepada perguruan tinggi Universitas Nusantara PGRI (UNP) Kediri pada umumnya dan Fakultas Ekonomi pada khususnya.

b. Manfaat Penelitian Untuk Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat digunakan sebagai evaluasi pada usaha Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin. Dan menjadi masukan informasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia terutama dalam bidang terkait di Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin dan dapat digunakan untuk perkembangan usaha Dalem Suryo Kusumo Rio Agung Rias Pengantin ke arah yang lebih baik.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadi acuan dan bahan pembelajaran serta referensi bagi penulis lain yang akan melakukan penelitian dengan judul dan materi yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Fakhrudin, A., Roellyanti, M., V., dan Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Kotler dan Amstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Maryanto. (2017). *Dunia Usaha, Persaingan Usaha, dan Fungsi KPPU*. Semarang: Unissula Press.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thamrin, A., dan Tantri, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press.
- Wahyuni, S., dan Khoirudin, R. (2020). *Pengantar Manajemen Aset*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.
- Winoto, Agung Budi, dan Djumilah H. (2015). Hubungan Relasional Strategi Resource - Based View dan Entrepreneurial Skill terhadap Inovasi dan Keunggulan Kompetitif Lembaga Bimbingan Belajar di Wilayah Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, Vol. 13, No. 2.