

**TINJAUAN BAURAN PROMOSI
PADA TENUN KUBANG H.RIDWAN BY
KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen
Perdagangan DIII sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya*



Oleh:

RAHMAT RAMADANI

19134071

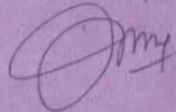
**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN Bauran Promosi pada Tenun Kubang H.Ridwan
by Kabupaten Lima Puluh Kota

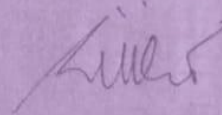
Nama : Rahmat Ramadani
NIM/TM : 19134071
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Diketahui oleh
Koordinator Program Studi DIII
Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D
NIP. 197512091999032001

Padang, April 2023
Disetujui oleh
Pembimbing Tugas Akhir



Rini Sarianti, SE, M.Si
NIP.196503061990012001

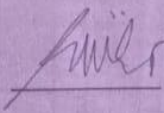
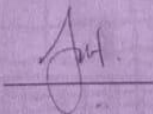
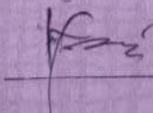
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN BAURAN PROMOSI PADA TENUN KUBANG H.RIDWAN
BY KABUPATEN LIMA PULUH KOTA

Nama : Rahmat Ramadani
NIM/TM : 19134071
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, April 2023

No.	Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Rini Sarianti, SE, M.Si	(Ketua)	
2	Yunita Engriani, SE, MM	(Anggota)	
3	Hendri Andi Mesta, SE, MM, AK	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Ramadani
NIM / Tahun Masuk : 19134071/2019
Tempat / Tanggal Lahir : Koto Kociak, 28 Desember 1999
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Koto Kociak VII Koto Talago
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Bauran Promosi Pada Tenun Kubang H.Ridwan BY

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang di tulis atau di terbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah di tanda tangani asli oleh pembimbing tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang telah berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri

Padang , Desember 2022

Yang Menandatangani



Rahmat Ramadani

ABSTRAK

Judul : Tinjauan Bauran Promosi Pada Tenun Kubang H.Ridwan BY

Pembimbing : Rini Sariati, SE, M.Si

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan bauran promosi pada Tenun Kubang H.Ridwan BY. Lokasi Penelitian ini beralamat Jorong Koto Baru Kubang Kanagarian Kubang Kec. Guguak Kab. Lima Puluh Kota. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah observasi dan wawancara langsung kepada pemilik Tenun Kubang H.Ridwan BY. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Periklanan yang diterapkan Tenun Kubang H.Ridwan BY yaitu menggunakan brosur dan memanfaatkan media sosial baik itu melalui Instagram dan Facebook. 2) Promosi Penjualan yang diterapkan oleh Tenun Kubang H.Ridwan BY adalah memberikan diskon harga untuk sebuah produk jika mencapai jumlah belanja yang telah di tentukan. 3) Penjualan Pribadi yang dilakukan oleh Tenun Kubang H.Ridwan BY secara (*sales call*) atau kunjungan kecalon pelanggan atau konsumen. 4) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*) yang dilakukan Tenun Kubang H.Ridwan BY yaitu dengan mengirimkan karangan bunga kepada perusahaan yang bekerja sama dengan Tenun Kubang H.Ridwan BY. 5) Pemasaran Langsung yang dilakukan Tenun Kubang H.Ridwan BY hanya menggunakan pemasaran langsung melalui telepon saja. Bauran promosi yang dilakukan oleh Tenun Kubang H.Ridwan BY tersebut adalah upaya untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Bauran Promosi Berupa, Iklan, Promosi Penjualan, Penjualan Pribadi, Hubungan Masyarakat (Public Relation), dan Pemasaran Langsung.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, tiada rangkaian kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, ridho, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Tinjauan Bauran Promosi Pada Tenun Kubang H.Ridwan BY”**

Shalawat beriring salam tidak lupa penulis hadiahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sebagai suri teladan bagi kita semua. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada program studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, doa, dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kepada penulis kemampuan berfikir sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

2. Untuk kedua orang tua serta keluarga yang selalu membantu dan memotivasi baik moril maupun materil, dan doanya kepada penulis selama ini.
3. Ibu Rini Sarianti, SE, M.Si selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
4. Pimpinan, maketing, serta seluruh karyawan Tenun Kubang H.Ridwan BY yang telah memberikan waktu dan kesediaannya kepada penulis untuk memperoleh data dalam menyelesaikan Tugas Akhir penulis.
5. Bapak Okki Trinanda, S.E.,M.M. selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberi bimbingan, nasehat, dan arahan bagi penulis selama penulis mengikuti studi.
6. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
7. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Bapak dan Ibu dosen, staf pengajar dan karyawan program studi DIII FE UNP yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
9. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan semangat dan dorongan agar penulis cepat menyelesaikan Tugas Akhir serta memotivasi yang sangat berguna bagi penulis.

10. Teman-teman program studi DIII FE UNP khususnya Manajemen Perdagangan angkatan 2019 yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran, serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.
11. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan penelitian tugas akhir dimasa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Padang, April 2023

Rahmat Ramadani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Promosi (<i>Promotion</i>).....	7
1. Pengertian Promosi.....	7
2. Tujuan Promosi	8
B. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	9
1. Pengertian Bauran Promosi	9
2. Jenis Bauran Promosi	9
3. Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	12
C. Langkah-Langkah Promosi Efektif	14
BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Bentuk Penelitian	16
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	16
C. Rancangan Penelitian	16
1. Jenis Penelitian	16
2. Tahap Penelitian	17
3. Teknik Pengumpulan Data	19
4. Objek Penelitian	19
5. Sumber Data	20
6. Teknik Analisis Data	20

BAB IV PEMBAHASAN	21
A. Profil Perusahaan	21
1. Sejarah Berdirinya Tenun Kubang H.Ridwan BY	21
2. Visi dan Misi Tenun Kubang H.Ridwan BY	24
3. Struktur Organisasi Tenun Kubang H.Ridwan BY	25
4. Jenis-Jenis Produk Tenun Kubang H.Ridwan BY	27
B. Hasil Penelitian	28
C. Pembahasan.....	30
BAB V PENUTUP	37
A. Simpulan	37
B. Saran.....	38
Daftar Pustaka	40
Lampiran	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penjualan Tenun Kubang 2020.....	4
---	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Denah Lokasi Tenun Kubang H.Ridwan BY	22
Gambar 2. Tenun Kubang H.Ridwan BY tampak depan	23
Gambar 3. Tenun Kubang H.Ridwan BY tampak samping	24
Gambar 4. Struktur Organisasi Tenun Kubang H.Ridwan BY	25
Gambar 5. Brosur Tenun Kubang H.Ridwan BY	31
Gambar 6. Media Sosial Tenun Kubang H.Ridwan BY	32
Gambar 7. Pemasara Langsung Tenun Kubang H.Ridwan BY	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Observasi	42
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	43
Lampiran 3. Dokumentasi	45

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di era globalisasi pada saat ini semakin pesat dan ketat, sehingga pelaku usaha dituntut untuk melakukan persaingan guna merebut dan menguasai pangsa pasar dengan melakukan promosi penjualan. Dunia bisnis diibaratkan seperti medan pertempuran, sehingga kemenangan perang dalam dunia bisnis adalah keberhasilan meraih pangsa pasar. Karena perkembangan dunia usaha tersebut banyak perusahaan produk dan jasa berlomba-lomba untuk memproduksi barang maupun jasa untuk disalurkan kepada konsumen.

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memaksimalkan keuntungan baik bagi perusahaan yang menghasilkan produk ataupun jasa. Dengan hal ini perusahaan bisa meningkatkan penjualan perusahaan yang menghasilkan produk ataupun jasa. pada umumnya kelangsungan hidup suatu perusahaan merupakan sarana yang harus dicapai dan harus dipertahankan untuk itu perusahaan diperlukan manajemen yang baik, yang menyangkut penjualan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan agar tidak mengalami kerugian dalam memasarkan produk. Setiap perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa pastinya memiliki tujuan yaitu mendapatkan laba. Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan menyusun berbagai bauran, salah satunya yaitu bauran promosi. Dengan menyusun bauran tersebut

dengan baik maka akan berdampak pada peningkatan penjualan sehingga perusahaan dapat terus beroperasi.

Berkenaan dengan hal tersebut, maka setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap permintaan konsumen dan bagaimana pelaku usaha memaksimalkan usaha untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melalui promosi. Menurut Tjiptono (2016), “promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut”. Salah satunya untuk menunjang keberhasilan penjualan produk dengan cara mempromosikan produk yang ditawarkan, promosi digunakan perusahaan untuk mengenalkan produk kepada masyarakat luas agar kesadaran terhadap suatu produk perusahaan lebih meningkat terutama pada target pasar penjualan produk. Perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi dengan cara pengiklanan, promosi penjualan, *personal selling*, pemasaran langsung, *public relations*, atau disebut juga dengan bauran promosi (*promotion mix*).

Bauran promosi merupakan kombinasi dari elemen promosi yang dilakukan perusahaan dalam rangka menyampaikan pesan perusahaan kepada calon konsumen. Pada umumnya perusahaan menerapkan bauran promosi secara terpadu agar dapat meningkatkan volume penjualan, dengan menerapkan bauran promosi yang benar dan tepat diharapkan perusahaan dapat bertahan di era persaingan tinggi seperti saat ini.

Beriringan dengan hal tersebut, di Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat telah banyak ditemukan usaha tenun. Produk yang ditawarkan relatif sama, akibatnya terjadi persaingan usaha yang ketat. Salah satu usaha tenun yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah Tunun Kubang H.Ridwan BY. Tunun Kubang H.Ridwan BY merupakan usaha yang didirikan sejak tahun 1961. Produk yang ditawarkan Tunun Kubang H.Ridwan BY terdiri dari bahan pakaian pria dan wanita, songket, sarun plakat sarung bugis dengan harga yang dibilang terjangkau.

Penjualan Tenun Kubang H.Ridwan BY berada di Kenagarian Kubang, Kec. Guguak, Kab. Lima Puluh Kota, Sumatera Barat sebagai berikut:

Tabel 1.Data Penjualan Tenun Kubang 2020

NO	BULAN	DEBET
1	JANUARI	Rp 28,880,000
2	FEBRUARI	Rp 26,350,000
3	MARET	Rp 39,650,000
4	APRIL	Rp 15,810,000
5	MEI	Rp 31,280,000
6	JUNI	Rp 19,650,000
7	JULI	Rp 16,100,000
8	AGUSTUS	Rp 11,450,000
9	SEPTEMBER	Rp 26,200,000
10	OKTOBER	Rp 10,075,000
11	NOVEMBER	Rp 74,910,000
12	DESEMBER	Rp 14,590,000
	JUMLAH	Rp 189,170,000

Sumber: Tenun Kubang H.Ridwan BY

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa penjualan Tenun Kubang kurang stabil, pada penjualan Tenun Kubang penjualan tertinggi pada bulan November sebanyak Rp.74,910,000 dan penjualan terendah pada bulan Oktober yaitu sebanyak Rp.10,075,000 dan bulan lainnya cenderung turun sehingga perlu di tingkatkan bauran promosi untuk meningkatkan penjualan pada promosi.

Salah satu hal yang mempengaruhi penjualan Tenun Kubang adalah pada promosi. Promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam

rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Jenis bauran promosi apa saja yang dilakukan oleh Tenun Kubang H.Ridwan BY untuk mempromosi produk Tenunnya. Untuk dapat bertahan dengan banyak pesaing, strategi promosi sangatlah diperlukan, menurut Anggraini (2013) “bauran promosi yang tepat sangat diperlukan oleh pihak penjual untuk menghadapi persaingan dengan pihak lainnya. Hal ini di sebabkan karena melalui bauran promosi yang tepat pihak penjual dapat mempertahankan pangsa pasarnya atau bahkan meningkatkan pangsa pasarnya”.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meninjau bauran promosi Tenun Kubang H.Ridwan BY Tentang Penjualan Tenun dikarenakan selama ini Tenun Kubang H.Ridwan BY belum memaksimalkan penjualan dalam melakukan promosi terhadap produk Tenun. Maka penelitian ini mengangkat judul TA **“Tinjauan Bauran Promosi Pada Tenun Kubang H.Ridwan BY”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, untuk memudahkan dalam penyelesaian permasalahan yang menjadi dasar dalam penulisan ini, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu; “Bagaimana penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh pihak Tenun Kubang H.Ridwan By Kab. Lima Puluh Kota?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun setiap penelitian selalu ada tujuan yang harus dicapai. Tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui penerapan bauran promosi yang dilakukan Tenun Kubang H.Ridwan By Kab. Lima Puluh Kota.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Untuk mengetahui dan menambah wawasan berfikir tentang bauran promosi didalam menjalankan bisnis penjualan Tenun dan menambah pengetahuan dibidang manajemen khususnya dalam dunia perdagangan.

2. Bagi Perusahaan

Penulisan ini diharapkan dapat membantu perkembangan bauran promosi di Tenun Kubang H.Ridwan By Kab. Lima Puluh Kota dan dapat membantu pemecahan masalah.

3. Bagi Universitas

Sebagai bahan perpustakaan dan studi banding bagi mahasiswa dimasa yang akan datang terutama dalam bidang penjualan Tenun.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada Tenun Kubang H.Ridwan BY, ada beberapa kegiatan promosi yang dilakukan Tenun Kubang H.Ridwan BY yaitu :

- 1) Media periklanan yang digunakan oleh Tenun Kubang H.Ridwan BY yaitu melalui, brosur-brosur, serta media sosial seperti IG dan Facebook.
- 2) Promosi penjualan yang dilakukan oleh Tenun Kubang H.Ridwan BY adalah melakukan promosi secara bertahap seperti promo 12.12 dengan 100 orang pertama dan apabila jika membeli dalam jumlah yang banyak, pihak Tenun Kubang H.Ridwan BY juga memberikan potongan harga atau *discount* kepada konsumen tersebut.
- 3) Penjualan pribadi yang dilakukan oleh Tenun Kubang H.Ridwan BY adalah sales call yaitu kunjungan ke calon pelanggan atau ke pelanggan. Jika sudah menjadi pelanggan, kita bermaksud meminta hubungan baik dan memastikan tetap membeli produk Tenun Kubang H.Ridwan BY. Jika belum menjadi pelanggan, kita berharap dengan kunjungan penjualan atau sales call ini maka akan terjadi penjualan.

- 4) Promosi melalui hubungan masyarakat atau *public relation* yaitu dengan memberikan atau mengirimkan karangan bunga yang berisikan ucapan selamat kepada perusahaan atau instansi yang bekerja sama dengan Tenun Kubang H.Ridwan BY.
- 5) Pemasaran langsung Tenun Kubang H.Ridwan BY hanya menggunakan pemasaran langsung melalui telepon saja, namun belum menerapkan pemasaran langsung (*direct marketing*) dengan bentuk penggunaan surat, telepon, *facsimile*, *e-mail*, dan sebagainya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis uraikan diatas, untuk meningkatkan penjualan Tenun Kubang H.Ridwan BY dan memaksimalkan pendapatan penjualan, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan sekaligus masukkan yang bermanfaat khususnya untuk pihak Tenun Kubang H.Ridwan BY yaitu :

- 1) Untuk meningkatkan penjualan sebaiknya Tenun Kubang H.Ridwan BY melakukan beberapa upaya lagi dalam melakukan periklanan salah satunya dengan mamaksimalkan periklanan melalui media sosial IG dan Facebook ataupun dengan membuat konten-konten menarik tentang Tenun Kubang H.Ridwan BY dan menguploadnya ke Tiktok yaitu aplikasi sosial media yang

lagi *booming* saat ini, sehingga semakin banyak orang yang mengetahui tentang Tenun Kubang H.Ridwan BY.

- 2) Selain dengan memberikan potongan harga atau discount dengan menggunakan media sosial IG dan Facebook Tenun Kubang H.Ridwan BY juga dapat bekerja sama dengan influencer untuk mempromosikan Tenun Kubang H.Ridwan BY, dengan banyaknya pengikut yang dimiliki oleh seorang influencer maka Tenun Kubang H.Ridwan BY akan diketahui oleh banyak orang.
- 3) Untuk menciptakan opini yang positif terhadap Tenun Kubang H.Ridwan BY, dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti mengadakan event, kontes, seminar ataupun menjadi sponsor dalam kegiatan amal.

DAFTAR PUSTAKA

- Octaviana, D. 2020. Perencanaan dan Penerapan Strategi Promotion Mix di Blessed Butik (Doctoral dissertation, Universitas Internasional Batam).
- Hedynata, M.L., & Radianto, W. E. (2016). Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Strategi Promosi*, 1, 1-10.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Buku Panduan Tugas Akhir Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang tahun 2016.
- Cahyaning Dina Arum dan Ema Nurzainul Hakimah, M.M. (2016). Peranan Bauran Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan Pada Kerajinan Tenun Ikat (ATBM) Cap Medali Mas Kediri.
- Dian Intan Tangkeallo. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Kain Tenun Pada Galeri Tenun Lembang Sa² dan Di Kecamatan Sa² dan Kabupaten Toraja Utara, 8.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Edisi. Manajemen Pemasaran. Edisi ke-13. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Assauri, Sofyan, 2011, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Danang Sunyoto, 2014, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Penerbit CAPS, Yogyakarta.
- Tjiptono, 2015, *Strategi Pemasaran, Edisi Keempat*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Zulkifli Rusby, 2017, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Tamu Pada Wisma Graha Az-Zahra Pekanbaru, Oktober 2017 ISSN 1412-5382 222.
- Kasmir. *Kewirausahaan, Edisi Revisi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2012.