

PENGOLAHAN DAN PENGEMBANGAN PEMASARAN BAKPIA KUKUS TUGU SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS YOGYAKARTA

Arnold Lucky Deo, Johan Subarkah *

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

*Email: johansubarkah@stipram.ac.id

Article Info	Abstract
Kata Kunci: Bakpia Kukus Tugu Pemasaran Marketing Mix 7P Diterima: 5 Februari 2025 Disetujui: 12 Februari 2025 Diterbitkan: 12 Februari 2025	Bakpia Kukus Tugu merupakan salah satu oleh-oleh khas asal Yogyakarta. Bakpia ini memiliki tekstur dan cita rasa yang berbeda dengan product Bakpia lainnya. Bakpia ini memilki tekstur lembut dengan banyak pilihan rasa. pemasaran merupakan kegiatan yang teratur dan direncanakan baik yang dilakukan oleh pelaku bisnis maupun warga diseluruh negeri untuk yang dilakukan dalam segala aspek kehidupan. Marketing mix 7P adalah strategi pemasaran yang dapat menentukan kesuksesan perusahaan dalam mengejar profit atau keuntungan maksimal dengan menggunakan 7 elemen, yaitu products, price, promotions, place, people, physical evidence, dan process.
Abstract <i>Bakpia Kukus Tugu is one of the typical food from Yogyakarta. This Bakpia has a texture and taste that is different from other Bakpia products. This bakpia has a soft texture with many choices of flavors. Marketing is an activity that is planned and planned both by business people and citizens to be carried out in all aspects of life. The 7P marketing mix is a marketing strategy that can determine a company's success in pursuing maximum profit or profit by using 7 elements, namely product, price, promotion, place, people, physical evidence, and process.</i> Keywords: <i>Bakpia Kukus Tugu, Marketing, Marketing Mix 7P</i>	

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga dan salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri makanan dan minuman. Pertumbuhan penjualan didorong oleh peningkatan pendapatan pribadi dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama dari meningkatnya jumlah konsumen kelas menengah. Akibatnya, ini juga merupakan industri di mana perusahaan lokal sangat ambisius dan telah berkembang menjadi eksportir global yang sukses. Pada saat yang sama, internasionalisasi masakan lokal merupakan peluang utama bagi perusahaan asing untuk menjual produk mereka kepada konsumen Indonesia, yang semakin terbuka terhadap makanan dan rasa baru.

Industri kuliner bertumbuh pesat di Indonesia. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia mengatakan bahwa, subsektor kuliner memiliki kontribusi terhadap perekonomian kreatif sebesar Rp 922 triliun pada tahun 2016. Jumlah ini merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lain di Bekraf RI (www.kompas.com). Deputy Riset, Edukasi, dan Pengembangan Bekraf RI A Boy Berawi mengatakan bahwa kuliner merupakan salah satu penopang industri kreatif, dari 8,2 juta unit industri kreatif, 68 persen bergerak di industri kuliner.

Daerah istimewa Yogyakarta memiliki beragam makanan khas yang terkenal dikalangan masyarakat salah satunya bakpia. Perkembangan bakpia saat ini terjadi seiring dengan permintaan konsumen (Listiyani, 2003). Terdapat varian baru dari bakpia yaitu bakpia kukus dengan tekstur dan isian yang berbanding terbalik dari bakpia yang telah lama diketahui masyarakat. Bakpia merupakan ikon oleh-oleh khas yang wajib dibeli dan selalu menjadi incaran wisatawan saat berkunjung ke DIY. Tidak heran toko-toko bakpia ini terus bertumbuh, terlebih sejak pandemi Covid-19 mulai melandai. Bahkan, pelaku ekonomi kreatif ini terus berinovasi mengembangkan produk maupun varian-varian baru. Saat ini pun di Yogyakarta sudah semakin banyak jenis bakpia yang menjamur dengan berbagai rasa dan keunikan masing-masing. Salah satunya adalah Bakpia Kukus Tugu.

Bakpia ini dimasak berbeda dari bakpia pada umumnya. Bakpia ini tidak dipanggang di dalam oven tetapi dimasak

dengan cara dikukus. Bakpia kukus ini mempunyai tekstur yang lebih lembut dan lebih basah. Seperti bakpia khas Yogyakarta, Bakpia Kukus Tugu Jogja, memiliki dua varian kulit original dan coklat dengan rasa ikonik isi kacang hijau, kacang merah, coklat dan keju.

Pada tahun 2017 Bakpia Kukus Tugu Yogyakarta membuka gerai pertamanya. Lalu pada Tahun 2018 bakpia ini berkembang pesat dengan mempunyai 8 gerai tambahan dan di tahun 2022 sudah memiliki banyak reseller. Dengan perkembangan pesat yang dilalui Bakpia Kukus Tugu dalam kurun waktu yang singkat, hal ini mempenulis ingin mengetahui bagaimana proses pengolahan dan pengembangan pemasaran Bakpia Kukus Tugu Yogyakarta.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penulis melakukan penelitian di outlet Pusat Bakpia Kukus Tugu Yogyakarta yang berada di Jln. Solo Km. 9 No.3, Karangploso, Maguwoharjo, Depok, Sleman Yogyakarta. Disinilah tempat Bakpia ini dibuat yang nantinya akan didistribusikan dan dijual di beberapa outlet lain yang tersebar di seluruh Yogyakarta. Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, atau pengamatan, atau daftar pertanyaan yang dipersiapkan untuk mendapatkan informasi dari responden. Dalam penulisan artikel ilmiah ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dokumentasi dan observasi. Uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber, selanjutnya analisis data menggunakan tahapan reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bakpia Kukus Tugu merupakan salah satu oleh-oleh khas asal Yogyakarta. Bakpia ini memiliki tekstur dan cita rasa yang berbeda dengan product Bakpia lainnya. Bakpia ini memiliki tekstur lembut dengan banyak pilihan rasa. Terdapat rasa kacang hijau yang merupakan rasa original dari bakpia, namun juga ada beberapa rasa lainnya seperti brownies, coklat, strawberry, pandan, dan lain sebagainya.



Gambar 1. Produk Bakpia Kukus Tugu Yogyakarta
(Sumber: <http://jogiaminded.com/bakpia-kukus-tugu-jogja/>)

Rizka Wahyu Romadhona pemilik Bakpia Kukus Tugu menjelaskan asal mula bakpia ini adalah bermula ketika Rizka dan suaminya yang memiliki keinginan untuk membuka usaha kuliner. Hingga pada suatu hari saat Rizka dan suaminya sedang berlibur mereka bertemu dengan salah satu vendor mensin kukus yang menawarkan productnya ke pasangan suami istri ini. Karena melihat mesin kukus yang besar spontan Rizka dan suaminya mempunyai ini untuk membuat Bakpia Kukus.

Pada bulan Juli tahun 2017 dibukalah gerai pertama Bakpia Kukus Tugu. Pada saat pertama kali dibuka Bakpia Kukus ini tidak mendapat respon yang positif dari konsumen karena produk Bakpia yang biasa dipanggang, kini dibuat dengan dikukus. Hal ini mendorong Rizka untuk mengedukasi para konsumen dengan membuat video tentang produk Bakpia Kukus Tugu. Berkat kerja keras Rizka dan suaminya Bakpia Kukus Tugu mendapat respon yang baik dari konsumen, hingga kini memiliki 8 gerai dan banyak sekali reseller.

Pengembangan Pemasaran Bakpia Kukus Tugu (*Marketing Mix 7P*)

1. Product



Gambar 2. Product Bakpia Kukus Tugu
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Bakpia Kukus Tugu memiliki tekstur yang berbeda dengan Bakpia lainnya. Dengan tekstur yang lembut dan isian yang lumer membuat bakpia ini memiliki cita rasa yang khas. Namun dengan tekstur yang lembut dan bentuk yang seperti bakpao membuat adanya perdebatan apakah Bakpia Kukus Tugu ini termasuk bakpia atau tidak di tahun 2017 lalu. Hal ini justru membuat citra produk Bakpia Kukus Tugu ini semakin baik.

Beberapa Inovasi juga dilakukan oleh brand bakpia ini. Pada awalnya bakpia kukus tugu hanya memiliki 2 rasa.

Original yang merupakan ciri khas dari Bakpia itu sendiri dengan isian kacang hijau dan coklat yang merupakan alternatif rasa lainnya. Sekarang Bakpia Kukus Tugu mempunyai beberapa pilihan rasa lain seperti rasa keju, strawberry, choco lava dan klepon.

Selain isiannya Bakpia Kukus Tugu juga melakukan inovasi di bagian kulit bakpia itu sendiri. Rasa pandan, brownis, dan red velvet menjadi pilihan rasa dari kulit bakpia kukus tugu. Bapak Yudi mengatakan beberapa rasa seperti Strawberry, Nanas, Vanilla pernah dicoba untuk menjadi variasi rasa kulit rasa bakpia kukus Tugu namun kurang cocok dengan Konsumen. Akhirnya terpilihlah pandan, brownis, dan red velvet sebagai varian rasa kulit Bakpia Kukus Tugu.

2. Price

Seiring berjalannya waktu harga bakpia kukus tugu mengalami 4 kali kenaikan. Pada awal tahun 2017 harga awal yang diberikan untuk 1 pack bakpia kukus tugu berisi 5 bakpia Rp 20.000,- lalu pada tahun 2018 mengubah bentuk packaging dari 5 menjadi lebih besar dan dihargai dengan harga 30.000. Hal ini dipengaruhi karena beberapa konsumen dari Bakpia Kukus Tugu ini menyarankan agar bentuk packaging dan isi dari bakpia ini diperbanyak.

Bertahan selama 2 tahun hingga tahun 2020 harga Bakpia Kukus Tugu mengalami kenaikan sebesar Rp 5.000,- menjadi Rp 35.000,- per packagingnya dengan menambah design packagingnya menjadi lebih baik. Lalu di tahun 2023 harga Bakpia kukus Tugu dimulai dari Rp 38.000,-. Kenaikan harga yang terjadi di tahun 2023 dipengaruhi oleh melonjaknya harga BBM yang mempengaruhi lonjakan harga bahan baku untuk membuat bakpia ini.

Untuk membeli Bakpia ini konsumen diberikan beberapa pilihan cara untuk membayar. Konsumen dapat membayar Bakpia kukus tugu dengan menggunakan cash ataupun non cash payment. Di setiap toko bakpia kukus tugu ini sudah tersedia Qris dan beberapa alat pembayaran cashless dari beberapa bank seperti BCA, BRI ataupun Mandiri.

Tabel 1. Harga Bakpia Kukus Tugu Jogja 2023

Varian Bakpia Kukus Tugu Jogja	Harga
--------------------------------	-------

Bakpia Kukus Tugu Jogja Original Cokelat	Rp38.000
Bakpia Kukus Tugu Jogja Original Stroberi	Rp41.000
Bakpia Kukus Tugu Jogja Premium Brownies	Rp41.000
Keju	
Bakpia Kukus Tugu Jogja Premium Brownies	Rp41.000
Cokelat	
Bakpia Kukus Tugu Jogja Original Kacang Hijau	Rp41.000
Bakpia Kukus Tugu Jogja Original Keju	Rp41.000
Bakpia Kukus Tugu Jogja Pandan Coklat	Rp41.000
Bakpia Kukus Tugu Jogja Klepon	Rp41.000

(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Pengelola bakpia kukus Tugu menempatkan harga ini dengan menimbang mangsa pasar yang dituju oleh pengelola. Mangsa pasar untuk kalangan menengah keatas adalah mangsa pasar yang dituju oleh bakpia ini. Dengan pemantapan ini brand Bakpia Kukus Tugu ini bisa bertahan dan berkembang sangat pesat. David Christanta salah satu konsumen Bakpia Kukus Tugu dari Tangerang mengatakan bahwa harga dari bakpia kukus tugu ini cukup terjangkau, dan pelayanan yang didapat di toko Bakpia Kukus Tugu ini cukup baik.

3. Promosi

Pada awal Bakpia Kukus Tugu ini berdiri bakpia ini tidak mendapatkan pendapatan yang baik. Perdebatan awal bahwa makanan bakpia itu biasanya dibuat dengan dipanggang tidak di kukus membuat bakpia ini kurang populer di tahun 2017. Hal ini mendorong pengelola bakpia ini untuk membuat video penjelasan bahwa keunikan dari bakpia kukus tugu adalah dari cara pembuatannya yang tidak dipanggang tapi dikukus. Video ini di pajang di setiap toko dan konter bakpia kukus tugu di seluruh Yogyakarta.

Lalu pada tahun 2018 bakpia ini menjadi viral karena ada perdebatan diantara para konsumen bakpia kukus tugu yang mengatakan bahwa bakpia kukus tugu ini bukanlah bakpia. Perdebatan antara konsumen di beberapa media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram justru membuat bakpia kukus tugu ini semakin terkenal. Menurut Rizka Wahyu Romadhona (detik.com) perdebatan ini menjadi promosi gratis dari bakpia kukus tugu. Terbukti dengan adanya perdebatan

tersebut brand bakpia kukus tugu menjadi semakin terkenal dan memiliki banyak konsumen baru.

Seiring dengan perkembangan jaman Bakpia kukus tugu juga menggunakan media sosial dan membuat website khusus untuk mempromosikan product Bakpia Kukus Tugu. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan Twitter digunakan dengan cara membuat konten promosi seperti video pendek dan juga foto-foto inovasi terbaru product Bakpia Kukus Tugu. Media sosial ini disegmentasikan bagi kaum anak muda dari umur 15-35 tahun yang memang sering bermain media sosial ini.

Selain dengan media sosial produk bakpia kukus tugu juga pernah masuk ke beberapa konten stasiun TV yang datang untuk meliput toko Bakpia Kukus Tugu ini dan menjadi media promosi gratis yang mendukung keberlangsungan Bakpia Kukus Tugu ini. Banner dan baliho juga dipasang di beberapa titik di kawasan kota Yogyakarta. Promosi ini ditargetkan bagi kalangan yang lebih dewasa sekitar umur 35-60 tahun.

Selain menggunakan media sosial Bakpia Kukus Tugu juga rutin mengikuti beberapa kegiatan festival kuliner dan beberapa pameran makanan lainnya. Pada Pekan Raya Jakarta tahun 2022 Bakpia Kukus Tugu membuka stand dan memberikan diskon bagi konsumen yang membeli 5 pack bakpia. Mengikuti festival dan kuliner ini membantu brand bakpia kukus tugu menarik minat konsumen yang berada di luar kota Yogyakarta. Pada dasarnya strategi promosi yang dilakukan oleh Bakpia kukus tugu menargetkan pada wisatawan dari luar maupun dalam kota Yogyakarta. Wisatawan dari kalangan kaum muda dan dewasa dari kalangan menengah keatas menjadi segmentasi pasar dari produk bakpia kukus tugu ini. Segmentasi pasar dan target promosi yang dilakukan dirasa oleh pengelola sudah memenuhi kebutuhan promosi dari brand Bakpia ini.

4. Place



Gambar 3. Store Bakpia Kukus Tugu Pusat
(Sumber : Dokumentasi Peneliti)

Bakpia Kukus Tugu mempunyai 9 cabang yang tersebar di seluruh kawasan kota Yogyakarta yaitu Store Raya Solo, Store Borobudur, Store Kaliurang, Store Stasiun Tugu, Store Stasiun Lempuyangan, Store YIA, Store Malioboro, Store Rest Area Pendopo 456, dan Store Wonosari. Beberapa tempat sudah cukup strategis dan mudah untuk didatangi oleh wisatawan. Beberapa tempat sudah berada dikawasan stasiun kereta api ataupun bandar udara untuk memudahkan para wisatawan membeli produk Bakpia Kukus Tugu ini.

Toko Bakpia Kukus Tugu pusat yang terletak di dekat Bandara Adisucipto Yogyakarta memiliki keuntungan bagi pendistribusian produk ke outlet bakpia kukus tugu lainnya. Outlet Bakpia Kukus Tugu yang berada di kawasan jalan Malioboro menjadi outlet bakpia kukus tugu yang paling strategis karena mudah dijangkau oleh para konsumen dan wisatawan yang berkunjung ke jalan Malioboro dan beberapa outtel yang berada di dalam bandara YIA dan stasiun kereta api memudahkan para konsumen untuk membeli produk bakpia ini sembari menunggu keberangkatan pesawat maupun kereta.

Produk Bakpia Kukus Tugu tidak hanya bisa di dapatkan di gerai gerai Bakpia Kukus Tugu namun beberapa reseller yang tersebar di online maupun offline memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk bakpia ini. Kenyamanan konsumen juga diperhatikan oleh pengelola bakpia kukus tugu. Beberapa gerai bakpia kukus tugu

memiliki tempat parkir untuk kendaraan mobil maupun motor. Adanya penjaga keamanan di setiap gerai membuat konsumen tidak perlu khawatir akan kenyamanan dalam berbelanja. Dalam beberapa musim liburan seperti Natal, Tahun baru, dan libur lebaran permintaan akan produk Bakpia ini berkembang pesat. Sehingga didapatkan beberapa produk yang habis di beberapa outlet yang ada. Menurut Pak Yudi pengelola Bakpia sudah berusaha sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan akan produk Bakpia ini, namun saat hari besar dan libur pasti ada saja keterlambatan pendistribusian ataupun juga kekurangan produk.

5. People

Bakpia Kukus Tugu memiliki SDM yang cukup baik. Menurut Desi salah satu konsumen menceritakan pelayanan yang didapatkan di outlet bakpia kukus tugu sudah baik. Dari awal konsumen akan masuk kedalam gerai ada petugas yang membuka pintu dan memberikan salam kepada konsumen. Lalu saat berbelanja didalam gerai konsumen yang tidak mengerti ataupun kesulitan dalam membawa barang belanja dengan sigap dibantu oleh petugas outlet. Pengalaman ini membuat Desi menjadi nyaman dalam berbelanja.

Bapak Yudi menjelaskan bahwa terdapat beberapa standard pelayanan yang harus dilakukan oleh dilakukan oleh karyawan bakpia kukus tugu. Diantaranya adalah memberikan salam dan sigap membantu para konsumen yang berbelanja di outlet Bakpia Kukus Tugu. Untuk pembuatan Bakpia Kukus Tugu para pekerja harus dapat mematuhi peraturan dan menjaga kebersihan. Standard hygiene tinggi digunakan oleh pengelola untuk menjaga kebersihan bahan baku dan mendapatkan kualitas produk yang baik. Karyawan dituntut untuk mengetahui produk produk yang dijual di outlet Bakpia Kukus Tugu. Pak Yudi juga menerangkan bahwa kriteria pendidikan minimal untuk menjadi karyawan bakpia kukus tugu adalah SMA dan sederajat.

6. Proses

Untuk membeli produk Bakpia Kukus Tugu ini konsumen dapat membeli produknya melalui online di beberapa platfrom perbelanjaan online seperti Shopee, Tokopedia, ataupun dengan cara mengunjungi website khusus dari Bakpia Kukus Tugu.

Selain itu di setiap outlet Bakpia Kukus Tugu juga menyediakan Whatsapp yang bisa digunakan untuk memesan produk Bakpia ini jika konsumen tidak ingin mengantri atau juga memesan rasa yang konsumen inginkan.

Menurut Bapak Yudi tidak sedikit konsumen yang memesan produknya melalui Whatsapp, karena biasanya konsumen yang datang langsung ke outlet pada saat ramai mereka tidak bisa membeli rasa yang mereka inginkan. Lalu untuk menjangkau konsumen yang ada diluar kota Jogja kami menyarankan agar konsumen menggunakan Shopee, Tokopedia ataupun dengan platfrom lainnya. Untuk konsumen yang mengunjungi langsung outlet kami, pertama-tama akan disambut oleh satpam kami dengan membukakan pintu dan memberi salam. Lalu konsumen bisa memilih sendiri ataupun juga dapat meminta bantuan dari karyawan kami. Jika ingin membeli banyak item kami menyediakan keranjang bagi konsumen untuk menempatkan barang belanjanya. Untuk pembayaran di Cashier outlet Bakpia Kukus Tugu menerima pembayaran tunai ataupun nontunai. Untuk pembayaran nontunai sudah dilengkapi dengan Q-ris dan juga pembayaran debit untuk beberapa bank.

7. Physical Evindence

Bentuk packaging dari bakpia kukus tugu terdapat beberapa bentuk pertama ada kemasan travel pack dengan kapasitas 10 Bakpia. Travel pack di design untuk memudahkan konsumen untuk membawa produk ini saat akan berpergian untuk berwisata. Pengelola berinovasi untuk membuat packaging ini karena dirasa konsumen yang banyak membeli Bakpia Kukus Tugu adalah wisatawan yang berasal dari luar kota Yogyakarta.

Kedua terdapat regular pack, kemasan ini didesign untuk pengiriman dalam jumlah yang banyak. Packaging ini dirancang agar dapat di packing didalam kardus dalam jumlah 10 pack. Kedua kemasan ini mempunyai design yang cukup ikonik dengan terdapat gambar Tugu Jogja yang terpampang di packaging Bakpia ini.



Gambar 4. Paperbag Bakpia Kukus Tugu
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Bagi konsumen yang datang langsung ke outlet Bakpia Kukus Tugu akan mendapat Paperbag belanjaan khas dari Bakpia Kukus Tugu. Paperbag di design agar memudahkan konsumen untuk membawa barang belanjaan dan tersedia dengan berbagai ukuran. Setiap outlet Bakpia Kukus Tugu terdapat beberapa pernik- pernik khas Kota Yogyakarta seperti miniatur Tugu Yogyakarta, wayang kulit, miniature andong dan beberapa pernik-pernik lainnya. Untuk bentuk cashier dan juga tempat pemajangan produk dibuat dengan adanya ukir-ukiran khas jawa. Hal ini dilakukan pengelola untuk membangun citra Yogyakarta yang melekat pada Bakpia Kukus Tugu.

KESIMPULAN

Bakpia Kukus Tugu merupakan salah satu oleh-oleh khas asal Yogyakarta. Bakpia ini memiliki tekstur dan cita rasa yang berbeda dengan product Bakpia lainnya. Bakpia ini memiliki tekstur lembut dengan banyak pilihan rasa. Terdapat rasa kacang hijau yang merupakan rasa original dari bakpia, namun juga ada beberapa rasa lainnya seperti brownies, coklat, strawberry, pandan, dan lain sebagainya. Pengolahan Bakpia Kukus Tugu menggunakan bahan baku pilihan. Proses pembuatan Bakpia ini memperhatikan kualitas bahan dan juga kebersihan tempat pembuatan. Penelitian pemasaran yang dilakukan penulis dengan menggunakan asas marketing mix 7P yaitu Produk, Price, Promosi, People, Proses, Place, dan Physical Evidence merupakan inovasi pemasaran yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan sudah masuknya point-point

marketing mix 7P didalam proses pengembangan pemasaran Bakpia Kukus Tugu Yogyakarta. Viralnya produk Bakpia ini dalam waktu yang singkat menjadi bukti bahwa penerapan marketing mix dalam pemasaran bakpia ini sudah mumpuni.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, dkk. (2021) "*Pengembangan Produk Bakpia Kukus Tugu Yogyakarta sebagai Produk Modern*"
- Aryani, R. D (2021). "*Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Bakpia Kukus Tugu Jogja*". (Skripsi). Universitas Sebelas Maret. Fak Pertanian
- Artha, A. Y. (2021). "*Manajemen Pelatihan Guru Sekolah Dasar Dalam Peningkatan Kompetensi Profesional*". Tenggerang Selatan: Pascal Books
- Butarbutar. M, dkk (2020) "*Manajemen Pemasaran: Teori dan Pengembangan*" Yayasan Kita Menulis
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pesan Iklan Bakpia Kukus Tugu Jogja Terhadap Niat Beli Dengan Citra. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 50-58.
- Hardani, E. A.(2020). "*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*". Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Grup
- Mulyana, D. (2004). "*Metodologi penelitian kualitatif*". Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rejo. U, dkk (2019) "*Mendobrak Gastronomi Kultural Jawa*" Klaten: Lakeisha
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran: *Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). Sah Media.