

**PERANCANGAN BISNIS JASA PERSEWAAN DEKORASI ROVECÈ DECORATION
UNTUK MENERAPKAN INOVASI LOASE/LOAN UNTUK TARGET MARKET
USIA 21-27 TAHUN DI SURABAYA**

Grace Natalian

Pramesti Saniscara

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Jurnal ini mengambil judul Perancangan Bisnis Jasa Persewaan Dekorasi *Rovecè Decoration* untuk menerapkan inovasi *Loase/Loan* untuk target market usia 21-27 tahun di Surabaya. Dekorasi meja sangat identik dengan perayaan apapun, mulai dari ulangtahun, melepas masa lajang, hari jadi hingga hari tertentu seperti natal, imlek, dll. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan inovasi *loase/loan*, sebuah perusahaan penyewaan peralatan dekorasi meja agar konsumen dapat berkreasi sesuai dengan keinginan mereka. Dengan memberikan peluang kepada masyarakat Surabaya yang ingin membuat sebuah acara namun tidak memiliki perlengkapan dekorasi. Perancangan Bisnis jasa persewaan dekorasi ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan bagi perusahaan *Rovecè*. Metode penelitian yang digunakan meliputi metode kualitatif berupa wawancara kepada *expert user* dari *printing* dan *owner table decoration* di Surabaya dan beberapa *extreme user* dari konsumen *table decoration* di Surabaya. Serta metode kuantitatif berupa kuesioner kepada target market untuk mengetahui kelayakan dari bisnis ini. Hasil penelitian awal menunjukkan bahwa 67 dari 100 orang pernah menggunakan jasa dekorasi karena desain yang bagus. Sedangkan 33 dari 100 orang mengatakan mereka belum pernah menggunakan jasa dekorasi karena memang belum ada acara yang memerlukan jasa dekorasi namun mereka tertarik menggunakan jasa dekorasi meja. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa persewaan dekorasi dapat menambah ketertarikan konsumen akan jasa dekorasi, selain itu juga dapat menjawab permasalahan masyarakat yang ingin mendekorasi acara sendiri.

Kata Kunci: *Dekorasi Meja, Desain, Bunga, Enterpreneur, Persewaan*

ABSTRACT

The title of this journal is Designing a Service Business of Rental Decoration for *Rovecè Decoration* to apply the innovation of *Loase / Loan* for target audiences aged 21-27 years in Surabaya. Table decoration is equivalent to any celebration, from birthday parties, bridal showers, anniversaries, to special occasions such as Christmas, Chinese New Year, etc. This research aims to perform the

innovation of lease / loan, a table decoration equipment rental company, so that consumers can create their own decoration as they desire. By providing an opportunity for Surabaya residents who want to create an event, but do not have the equipments to decorate. This decoration equipment rental service business can enhance the customers satisfaction for Rovecè company. Methods that are used for this study includes qualitvative method which is done by interviewing the expert user of the owner of table decoration printing agency in Surabaya and the owner of table decoration in Surabaya and some customers of table decoration in Surabaya. Also, quantitave method which spreads quetionnaires to target audiences to determine the feasibility of this business. Preliminary result shows that 67 out of 100 people have used decoration services due to their good designs. While 33 out of 100 people said that they have never used decoration service because there hasn't been any event that requires decorating service, but they are interested in using the services of the table decorations. Based on this, we can conclude that their rental decorations can add to the consumer interest will be decorating services, but it also can answer the problems of people who want to decorate their own events.

Keyword: *Table Decoration, Design, Flower, Entrepreneur, Rent*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Seiring meningkatnya pertumbuhan ekonomi, berpengaruh pada meningkatnya pendapatan perkapita di Indonesia.



Sumber:

Badan Pusat Statistik

(<http://4.bp.blogspot.com/-x-wGothA31I/VZxBtKMzjSI/AAAAAAAAlk/xm29XHnCKus/s1600/Tips%2BMenentukan%2BLokasi%2BUntuk%2BWirausaha1.jpg>)

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa kenaikan pendapatan perkapita di Indonesia setiap tahunnya terus meningkat. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia, atau dapat dikatakan bahwa jumlah masyarakat menengah keatas meningkat. Peningkatan tersebut akhirnya berujung pada perubahan gaya hidup masyarakat.

Menurut Rully (2014) *Lifestyle* atau gaya hidup adalah suatu perilaku yang diulang-ulang dalam kurun waktu tertentu menjadi suatu kebiasaan. Perubahan tersebut juga mempengaruhi pola konsumsi masyarakat pada sektor jasa di Indonesia. Salah satu gaya hidup yang berperan sekarang ini adalah adanya perayaan. Bentuk perayaan bermacam-macam dari ulang tahun hingga hari natal. Namun, di dalam perayaan tersebut tidak hanya sebuah makan-makan biasa namun diperlukan adanya kebutuhan baru yaitu dekorasi meja.



Sumber:

Dekorasi meja untuk pesta lepas lajang teman terdekat
[\(<https://www.instagram.com/p/BLjPnWFAmEC/?taken-by=elvinagoey>\)](https://www.instagram.com/p/BLjPnWFAmEC/?taken-by=elvinagoey)

Dekorasi meja berguna untuk menghiasi meja agar tidak terlihat kosong dan bagus untuk difoto guna menyambut atau merayakan bersama orang terkasih, orang spesial ataupun sahabat. Permasalahan yang muncul adalah banyak diantara masyarakat yang memerlukan kebutuhan mendekorasi meja contohnya untuk pesta lajang (*bridal shower for bestfriend*), *dinner anniversary* bersama pasangan, ataupun pesta jelang kelahiran bayi (*baby shower*) untuk teman terdekat, namun tidak memiliki alat yang lengkap dan tidak memungkinkan untuk membeli karena membutuhkan biaya yang cukup besar untuk *one time use*, tidak hanya itu mereka juga ingin mendekorasi sesuai dengan keinginan dan kreasi mereka. Maka dari itu, muncullah sebuah ide bisnis yang dapat memperlengkapi permasalahan diatas adalah Rovecè *Decoration*.

Rovecè *Decoration* adalah sebuah bisnis persewaan dekorasi meja yang memiliki berbagai tema dan dapat dipilih sesuai kebutuhan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah agar mengetahui siapa target *market* yang tepat, mengetahui tingkat kebutuhan masyarakat terhadap bisnis ini, *budget* yang maksimal yang mereka sediakan, waktu yang dibutuhkan, media promosi yang harus digunakan dan siapa competitor dari bisnis ini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan perancangan *branding* untuk perusahaan Rocevè adalah sebagai berikut :

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan peneliti untuk menemukan data (Buchari. A, 2008: 97). Data adalah keterangan atau fakta dari suatu populasi (Lungan, 2006:13). Untuk memperoleh data-data tersebut, penulis menggunakan metode kualitatif berupa wawancara kepada *expert user* dari *printing* dan *owner table decoration* di Surabaya dan beberapa *extreme user* dari konsumen *table decoration* di Surabaya. Serta metode kuantitatif berupa kuisioner kepada target market untuk mengetahui kelayakan dari bisnis ini.

Data Primer

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui kuisioner dan wawancara.

Kuisioner

Penelitian ini, melakukan penyebaran kuisioner melalui media online kepada 100 responden yang berdomisili di Surabaya yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Kuisioner atau survey online pada umumnya disebarluaskan pada situs web yang memungkinkan para individu merespon melalui komputernya ataupun ponselnya (smartphone) pada waktu yang dipilihnya sendiri . (Davis, 2013: 347). Kuisioner ini bertujuan untuk mengetahui siapa target *market* yang tepat, mengetahui tingkat kebutuhan masyarakat terhadap bisnis ini, *budget* yang maksimal yang mereka sediakan, waktu yang dibutuhkan, media promosi yang harus digunakan dan siapa kompetitor dari bisnis ini dan disebarluaskan ke masyarakat yang berdomisili di Surabaya yang berusia 21-30 tahun.

Fokus pertanyaan :

1. Pernah menggunakan jasa decor?
2. Jasa table decor apa yang pernah anda gunakan?
3. Tahu darimana table decor tersebut?
4. Apa yang membuat anda tertarik menggunakan jasa ini? Jika tidak, kenapa?
5. Berapa biaya yang anda sediakan? /per orang
6. Tema apa yang anda sukai?
7. Berapa lama durasi acara anda?
8. Mengapa tidak pernah menggunakan jasa decor?
9. Jika ada jasa persewaan decor, apakah tertarik?
10. Properti apa yang dibutuhkan?
11. Properti custom apa yang anda inginkan?
12. Berapa budget maksimal anda untuk menyewa? (untuk perorang)

Ada pula *Focus Group Discussion*. Dengan arti salah satu teknik dalam mengumpulkan data kualitatif, di mana sekelompok orang berdiskusi dengan pengarahan dari seorang fasilitator atau moderator mengenai suatu topik (Paramita, 2015: 118) yang disebarluaskan kepada masyarakat yang pernah menggunakan dekorasi meja di Surabaya Barat dengan tujuan untuk mengeksplorasi masalah yang spesifik, yang berkaitan dengan topik yang dibahas (Kristiana, 2015: 118).

<p>NAME : _____</p> <p>AGE : _____</p> <p>REASON : _____</p> <p>EVENT NEEDS :</p> <p><input type="checkbox"/> BRIDAL SHOWER</p> <p><input type="checkbox"/> DINNER ANNIVERSARY</p> <p><input type="checkbox"/> BABY SHOWER</p> <p><input type="checkbox"/> BIRTHDAY SURPRISE</p> <p><input type="checkbox"/> WEDDING / ENGAGEMENT</p> <p><input type="checkbox"/> _____</p> <p>WITH WHO :</p> <p><input type="checkbox"/> FAMILY</p> <p><input type="checkbox"/> BOYFRIEND</p> <p><input type="checkbox"/> FRIENDS</p> <p><input type="checkbox"/> BESTFRIEND</p> <p><input type="checkbox"/> _____</p> <p>WHERE :</p> <p><input type="checkbox"/> CAFE/RESTAURANT</p> <p><input type="checkbox"/> HOME</p> <p><input type="checkbox"/> HOTEL</p> <p><input type="checkbox"/> _____</p>	 <p>TERRARIUM THEME</p> <p>2 SET 4 PC 4 PC 3 PC 4 PC 5 PC</p> <p>4 PC 2 M + 5 M WHITE TABLE CLOTH</p> <p>FOR 10 PEOPLE 600.000</p> <p><input type="checkbox"/> AGREE <input type="checkbox"/> DISAGREE RP_____</p>	 <p>ALL WHITE THEME</p> <p>1 PC 2 SET 2 SET 4 PC 4 PC</p> <p>3 SET 5 M LACE + 5 M CREAM TABLE CLOTH</p> <p>FOR 10 PEOPLE 550.000</p> <p><input type="checkbox"/> AGREE <input type="checkbox"/> DISAGREE RP_____</p>	 <p>RUSTIC THEME</p> <p>3 SET 2 SET 6 PC 1 SET 2 SET</p> <p>2 M + 5 M WHITE TABLE CLOTH</p> <p>FOR 10 PEOPLE 625.000</p> <p><input type="checkbox"/> AGREE <input type="checkbox"/> DISAGREE RP_____</p>
---	--	---	--

Wawancara

Wawancara dilakukan oleh peneliti agar dapat mengetahui dengan jelas data apa yang ingin diperoleh (Sugiyono, 2010:233). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara langsung dengan expert user dari *owner printing* dan *owner table decoration* (untuk lebih mengetahui cara kerja didunia dekorasi meja) dan beberapa *extreme user* dari konsumen *table decoration* (pendapat mereka mengenai bisnis ini) di Surabaya.

Fokus pertanyaan partner :

1. Kami akan membuka *table decor*, apakah anda tertarik menjadi *partner* kami? Mengapa?
2. Apakah dengan mengirimkan desain lewat *email* bisa lsg dikerjakan?
3. Bagaimana sistem kerja dan pembayarannya?
4. Jika ingin kerjasama dengan partner bagaimana caranya?
5. Apa akan ada harga khusus?
6. Apa akan ada *minimal* pemesanan?
7. Apakah untuk pembayaran bisa mundur? (bayar di belakang ketika pembayaran *customer* sudah lunas)

Data Sekunder

Metode pengumpulan data sekunder sebagai pendukung data primer menggunakan studi literatur buku dan jurnal.

PEMBAHASAN

ANALISA BRAND

Rovecè *Decoration* adalah sebuah bisnis yang bergerak dalam persewaan dekorasi meja yang memudahkan masyarakat yang ingin mendekor sesuai dengan keinginan mereka masing-masing tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Rovecè juga memiliki kelebihan untuk mendesain placemat, coaster, placecard, dll sesuai dengan tema yang dipilih. Tema pun juga akan terus bertambah sesuai dengan *trend* yang ada.

Berdasarkan Hasil Kuisioner

Berdasarkan survey online yang telah dilakukan pada week 8-11 kepada 100 responden dengan mayoritas kalangan muda berusia 21-30 tahun. Hasil survey menunjukkan bahwa 42.4% tertarik, 30.5% cukup tertarik dan 18.6 sangat tertarik untuk menggunakan persewaan jasa dekor. Alasan utama ingin menggunakan persewaan jasa dekor ini adalah karena harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal.

67 dari 100 responden pernah menggunakan jasa dekorasi meja. Media promosi utama (57,4%) yang mereka ketahui berasal dari media sosial karena memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan, sosial media dapat memainkan peran komunikasi. Karena komunikasi menurut Morrison (2007), merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau *image* yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan. Sementara menurut Setiadi (2003), pada tingkat dasar, komunikasi dapat menginformasikan dan membuat konsumen potensial menyadari atas keberadaan produk yang ditawarkan. Serta 38.2% berasal dari teman, terkadang untuk mengadakan acara dibutuhkan sebuah ajakan dari teman dan mengikuti apa yang disarankan oleh teman.

Alasan utama responden menggunakan persewaan jasa dekor dikarenakan desain yang bagus (60.9%) karena 'desain' juga sudah menjadi salah satu aspek yang berpengaruh dalam membentuk perilaku suatu masyarakat dan perkembangan ekonominya (Limandoko, 2000). 17.4% mengatakan bahwa bagus untuk difoto karena dijaman ini teknologi yang semakin canggih sehingga masyarakat selalu menggunakan ponsel atau kameranya untuk berfoto. Hemat waktu (11.8%) juga menjadi alasan responden untuk menggunakan jasa dekor.

Tema yang paling disukai adalah *Terrarium* (29%), *Rustic* (21,7%), *All white* (20.3%), *Floral* (17.4%). Tema *terrarium* paling disukai karena menggunakan tanaman succulent. Tanaman sejenis dengan kaktus yang diletakkan di wadah yang unik. *Rustic* lebih kearah alam seperti menggunakan potongan kayu, botol bekas, dan bunga memanjang. *All white* seperti namanya menggunakan suasana putih yang sangat cocok untuk pernikahan dengan rangkaian bunga mawar putih yang cantik. Untuk tema *Floral* biasanya menggunakan berbagai jenis bunga yang dirangkai menjadi satu kesatuan yang cantik.

Durasi penimjaman dekorasi yang mereka butuhkan sekitar 3 jam (53.6%). Properti yang mereka butuhkan adalah bunga (78.3%), *candle* (61.7%), *flower stand* (53.3%), sangkar burung (46.7%), lentera (38.3%).

Desain khusus yang mereka butuhkan adalah *placemat* (30.5%), *frame* (25.4%), *placecard* (20.3%), *menu* (16.9%), *coaster* (6.8%). Desain ini dikhususkan untuk responden yang ingin menambahkan jasa ini, karena ada *bundle* harga yang berbeda.

Biaya maksimal yang mereka sediakan adalah 100.000-150.000 per orang (38.3%), 50.000-100.000 (33.3%), 150.000-200.000(26.7%).

Berdasarkan Hasil Focus Group Discussion

Untuk *Focus Group Discussion* ini dilakukan kepada 30 orang yang pernah menggunakan jasa dekorasi. Sebagian besar berusia 21-25 tahun. Kebutuhan utama mereka untuk menggunakan jasa dekorasi meja adalah untuk *Bridal Shower* sebanyak 18 orang sedangkan untuk *Birthday Surprise* sebanyak 16 orang. Tidak hanya itu, sebanyak 8 orang memilih menggunakan untuk makan malam bersama orang terkasih dan 7 orang memilih untuk menggunakannya ketika menikah atau tunangan.

Sebagian besar memilih menggunakan jasa ini bersama teman terdekat (23 orang) mereka yang menandakan bahwa dekorasi hanya dikhususkan bagi orang-orang tertentu saja. 13 orang ini menggunakan bersama keluarga dan teman, 9 orang ingin menggunakan dengan kekasih mereka.

Tempat yang akan mereka dekor adalah kafe (25 orang), Hotel (11 orang), Rumah (3 orang), Kafe tentunya menjadi tujuan utama mereka karena menurut Limbong (2014), dalam 5 tahun terakhir, bisnis restoran di Indonesia berkembang pesat, naik sekitar 250%, atau rata-rata 50% setiap tahun.

Untuk harga yang telah disesuaikan dengan tema hampir seluruh responden setuju dengan harga tersebut. Tema *Terrarium* terdapat 29 orang yang setuju, hanya 1 orang yang tidak setuju dan mengatakan hanya yang pantas adalah Rp 400.000,00. Sedangkan dengan tema *All white* terdapat 2 orang yang tidak setuju dari 30 orang yaitu menulis harga yang pantas adalah Rp 500.000,00 dan Rp 300.000,00. Dan tema terakhir yaitu *Rustic* memang harga yang ditawarkan sedikit lebih mahal yaitu Rp 625.000,00 maka ada 4 orang yang tidak setuju dan memberikan masukan bahwa harga yang seharusnya adalah Rp 600.000,00 (2 orang), Rp 550.000,00 (1 orang) dan Rp. 500.000,00 (1 orang).

Berdasarkan Hasil Wawancara

Wawancara kepada owner dari 28 Advertising :

- Tertarik untuk bekerjasama karena bisnis dekorasi meja sedang berkembang di kalangan anak muda.
- Memiliki potensi yang cukup besar.
- Akan ada sistem member untuk kerjasama.

Wawancara kepada Owner Posh Decoration – Melia Natasha :

- Bisnis persewaan ini masih belum ada di Surabaya, jadi boleh direalisasikan.
- Untuk kedepannya bisa bekerjasama dengan *photographer* sehingga barang-barang bisa digunakan untuk properti foto.
- Sistem kerjanya harus cepat dan menyesuaikan dengan konsep yang ada.
- Sistem pembayaran harus ditegaskan sehingga tidak ada kecurangan.
- Untuk proses kerja usahakan 1 minggu sebelumnya, agar bisa mencapai hasil maksimal.

Kesimpulan dari wawancara kepada 2 *extreme user* dari konsumen *table decoration* di Surabaya :

Jessica & Elizabeth – Pengguna *Tabledecor minimal* 6x dalam 1 tahun.

- Bisnis ini adalah alternatif yang dicari karena harganya jauh lebih terjangkau.

- Konsumen juga ingin berkreasi sendiri untuk *event special (lebih personal)*.
- Lebih praktis dibanding harus membeli barang-barang yang hanya digunakan sekali pakai.
- Tema yang bervariasi dan up to date juga harus dimiliki agar tidak terkesan monoton.
- Sistem pembayaran juga harus jelas, dan sediakan system deposit.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisa diatas, dapat disimpulkan bahwa bisnis persewaan dekorasi meja memiliki prospek untuk dikembangkan karena harga yang ditawarkan oleh *Rovecè Decoration* tidak terlalu mahal. Alasan masyarakat tidak menggunakan jasa dekorasi selain belum ada teman yang menikah adalah mahal.



Sumber :

Milik pribadi - "Hasil survey online pada waktu test market".

Tidak hanya itu, menurut *Focus Group Discussion* yang pernah dilakukan pada week ke 10 membuktikan bahwa 20 dari 30 orang menyatakan bahwa mereka ingin menggunakan bisnis ini karena bisa menata dan berkreasi sesuai keinginan mereka, murah dan tidak perlu bingung mencari properti untuk mengadakan sebuah acara. Mereka menyatakan bahwa jasa ini sangat diperlukan untuk acara mereka.



Sumber :

Data Pribadi "15 dari 30 orang yang mengisi FGD"

Tingginya tingkat ketertarikan responden terhadap bisnis ini juga sangat berpengaruh, dengan tema utama yang telah ditentukan yaitu *Terrarium*, *Rustic*, *All white*, *Floral* untuk tema lainnya akan terus mengikuti dan akan terus bertambah. Untuk waktu peminjaman maksimal 5 jam jika lebih maka ada *charge* sendiri untuk per jam nya.

Dekorasi akan paling sering digunakan untuk *bridalshower* terutama untuk orang terdekat. Tempat yang menjadi sasaran utama adalah kafe atau restoran baru sekaligus untuk mencoba masakan dari kafe atau restoran tersebut. Untuk biaya peminjaman dekorasi maksimal Rp 60.000 - Rp 130.000 per orang. Berdasarkan FGD (*Focus Group Discussion*) dapat disimpulkan bahwa harga per paket 10 orang yang ditawarkan sudah pantas bahkan bisa dibilang murah.

Maka dari itu, untuk menjawab permasalahan diatas yaitu adanya keinginan masyarakat yang muncul dimana banyak diantara masyarakat yang memerlukan kebutuhan mendekorasi meja. Namun tidak memiliki alat yang lengkap dan tidak memungkinkan untuk membeli karena hanya *one time use*, tidak hanya itu mereka juga ingin mendekorasi sesuai dengan keinginan dan kreasi mereka. Bisnis Rovecè hadir untuk menyewa alat-alat dekorasi agar masyarakat bisa mendekor sesuai keinginan mereka. Namun ada pula jasa untuk mendekorkan jika ada masyarakat yang kurang bisa menata dekorasi tersebut. Akan ada promo yaitu bisa mendapatkan free menyewaan *bride to be* serta mahkota untuk memperindah suasana.

Tujuan penelitian ini agar mengetahui permasalahan yang ada dalam kehidupan anak muda masyarakat terutama dalam hal perayaan dan memperkuat *brand identity* dalam bisnis Rovecè yang akan dibangun agar dapat dikenal oleh masyarakat khususnya Surabaya.

Berdasarkan analisa diatas, dapat disimpulkan bahwa *brand identity* dan media promosi sangat penting bagi bisnis Rovecè ini karena target utama bisnis ini berusia 21-25 tahun yang sangat antusias dengan media sosial sehingga dengan desain harus menarik untuk mendapatkan perhatian masyarakat.

Saran

Saran ini ditujukan kepada masyarakat yang ingin membuka jasa persewaan dekorasi untuk kedepannya. Hal-hal utama yang harus di perhatikan adalah siapa *target market* yang anda cari, apa kebutuhan utama konsumen yang ingin dicapai, dan berapa *budget* harga *maksimal* untuk menyewa properti. Untuk barang-barang yang disediakan dan akan disewakan haruslah yang tahan banting dan tidak mudah rusak. Sistem persewaannya pun harus jelas dari awal hingga akhir. Dengan begitu, bisnis ini dapat berjalan dan tidak ada pihak yang merasa rugi.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Damayanti, Rully. 2014. *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Persepsi Kota Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Davis, Joel J. 2013. *Penelitian periklanan : Teori & Praktik (edisi 2)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasali, Rhenald. 2009. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kristiana, Lusi. 2013. *Focus Group Discussion Tehnique in Qualitative Research*. Surabaya: Buletin Penelitian Sistem Kesehatan.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Limandoko, Bagus. 2000. *Desain komunikasi Visual dan Perilaku Konsumen*. Surabaya.
- Limbong, Apriliana, 9 Juni 2014. *Politik Stabil dan Aman, Jumlah Restoran Naik 250%!*. Jakarta: Politik Kompasiana.
- Lungan, Richard. 2006. *Aplikasi Statistika dan Hitung Peluang*. Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Morrison. 2007. *Periklanan Komunikasi Pelayanan Terpadu*. Jakarta: Ramdina Perkasa.
- Mullins, et al. 2010. *Marketing Management*. New York: McGraw-Hill.
- Paramita, Astridya. 2013. *Teknik Focus Group Discussion Dalam Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Buletin Penelitian Sistem Kesehatan.

- Permana, Irvan. 2012. *Brand is like a donut*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta