

**ANALISIS PENETAPAN HARGA KONTRAK KEGIATAN
UNIT USAHA *EVENT ORGANIZER* PADA
CV. AGENDA KOTA INDONESIA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Akuntansi



Oleh :

RACHMA RAGILIA

2013310422

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

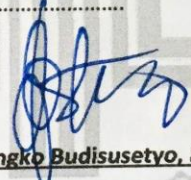
2017

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

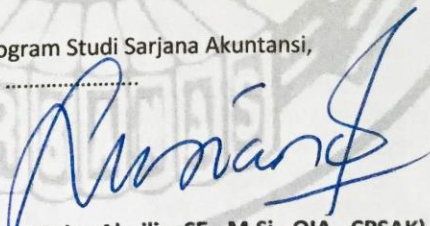
Nama : Rachma Ragilia
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 31 Mei 1995
N.I.M : 2013310422
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Analisis Penetapan Harga Kontrak Kegiatan Unit Usaha Event Organizer Pada CV. Agenda Kota Indonesia

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :


(Dr. Sasongko Budisusetyo, M.Si., CA., CPA., CPMA)

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,
Tanggal :


(Dr. Luciana Spica Almiliana, SE., M.Si., QIA., CPSAK)

**ANALISIS PENETAPAN HARGA KONTRAK KEGIATAN
UNIT USAHA EVENT ORGANIZER PADA
CV. AGENDA KOTA INDONESIA**

Rachma Ragilia

STIE Perbanas Surabaya

Email: rachma.ragiliaa@gmail.com

Jl. Wonorejo Permai Utara III No. 16 Surabaya

ABSTRACT

Determination pricing is a concept of where the price can make the calculation in accordance with the needs of consumers and will get the services or good. The goal of researchers to know (1) net income in determining the price in every event organizer are different on the CV. Agenda Kota Indonesia, (2) the method used in determining the price on the CV. Agenda Kota Indonesia. The population used in this study is the company's services which are moving in event organizer. The method of collecting data on this study uses an interview, observation, and documentation. The results showed that the determination of the price event organizer depending on the big event which be carried out, and budgeting client or target client.

Key words: *The procedure for setting the price, strategy of price setting, competition, information determination of price.*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangannya ekonomi yang semakin pesat dan tingkat di era globalisasi memungkinkan perusahaan dapat melakukan suatu ide dalam mempertahankan persaingan dengan melakukan suatu organisasi dalam penetapan harga pemasaran agar bisa bertahan dalam persaingan perusahaan. Pada perkembangan perusahaan ini menimbulkan pesaingan yang sangat ketat antara perusahaan satu dengan yang lain. Tujuan dari perusahaan ini didirikan untuk memperoleh laba yang maksimal, maka perusahaan ini akan berusaha menjalankan operasionalnya menggunakan sumber-sumber ekonomi yang menekankan produksi agar harga pokok pada penetapan harga tersebut lebih rendah, sehingga harga pada perusahaan ini dapat ditekan.

Perusahaan yang dapat bertahan dalam persaingan ketat yaitu dengan menentukan penetapan harga yang akan dihasilkan.

Semakin bertambahnya jumlah promosi, maka semakin tajam persaingan antara *event organizer* lainnya. Menurut Etty Kongrat (2014 : 163), salah satu faktor yang menjadi kunci sukses adaah peranan promosi. Perencanaan promosi perlu direncanakan dengan baik agar tujuan promosi dapat tercapai. Namun disisi lain, jika harga pada suatu perusahaan dapat dikatakan terlalu mahal, akan menyebabkan tingkat suatu laba jangka pendek, tetapi disisi lain konsumen sulit untuk bersaing dengan organisasi lainnya.

Pada penelitian ini yang berjudul "Analisis Penetapan Harga Kontrak Kegiatan Unit Usaha *Event Organizer* Pada CV. Agenda Kota Indonesia" akan menjelaskan bagaimana cara perusahaan dalam menetapkan harga pada kegiatan *event organizer* dan strategi-strategi perusahaan yang sudah dilaksanakan serta akan menganalisis pendapatan dan beban-beban perusahaan yang sudah ditetapkan. Pengertian dari judul penelitian ini adalah hasil dari

menganalisis persetujuan kontrak perusahaan dengan para konsumen yang berhubungan dengan harga suatu *event* yang akan berpartisipasi langsung pada event yang diadakan perusahaan CV. Agenda Kota Indonesia.

Dalam kasus penelitian ini, harga terlalu mahal juga bisa diprotes oleh konsumen dan oleh lembaga pemerintah. Sedangkan bila harga terlalu rendah, maka konsumen akan mempresepsikan kualitasnya jelek. Dalam suatu organisasi harus dilakukan dengan membandingkan harga pemasaran dengan organisasi lain. Menurut Ridwan Purnama (2016 : 974) dengan banyaknya pesaing baru, akan menjadi motivasi untuk lebih meningkatkan lagi kinerja perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dan terus akan mencari peluang yang belum ada pada perusahaan tersebut. Suatu penetapan harga ini merupakan elemen pemasaran yang paling fleksibel dan dalam persaingan tersebut merupakan masalah yang sedang dihadapi oleh perusahaan.

Fenomena yang terjadi pada penelitian ini bahwa pelaksanaan organisasi jasa ini yaitu kesulitan dalam penetapan harga dengan membandingkan dua harga yang berlaku di pasar dan penetapan dari satu acara ke acara lain, sedangkan dari acara satu ke acara lain memiliki perhitungan biaya yang berbeda tergantung dengan tempat, properti dan jasa tenaga kerja. Penetapan harga yang diterapkan oleh CV. Agenda Kota ini belum memiliki metode penetapan harga untuk memenuhi tujuan operasional perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini meneliti metode yang memadai untuk menetapkan harga yang tepat dan untuk mengetahui laporan laba rugi dalam penetapan harga perusahaan. Jika kesulitan dalam penetapan harga ini tidak segera ditangani, maka perusahaan tidak akan mengetahui laba dan penetapan harga biaya-biaya event disetiap acara.

Peneliti melakukan penelitian ini karena peneliti tertarik untuk mengetahui laporan laba rugi perusahaan jasa CV. Agenda Kota Indonesia dalam penetapan harga di setiap event yang berbeda. Selain itu, peneliti sudah

terlibat dalam event tersebut berperan sebagai tenant yang berpartisipasi dalam event yang dilakukan oleh perusahaan.

Melihat bisnis EO (*Event Organizer*) ini, dapat dikategorikan ke dalam bisnis jasa. Definisi suatu jasa adalah memiliki unsur tidak berwujud yang melibatkan interaksi dengan konsumen dan tidak memiliki kepemilikan. Laba yang didapatkan adalah dengan menghitung semua perolehan dengan mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan.

Adapun masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana cara pelaporan keuangan dalam penetapan laba rugi perusahaan di setiap kegiatan *event organizer* yang berbeda pada CV. Agenda Kota Indonesia?
2. Bagaimana metode yang akan digunakan dalam penetapan harga CV. Agenda Kota Indonesia?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaporan laba rugi dalam penetapan harga di setiap kegiatan yang berbeda pada CV. Agenda Kota Indonesia.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode yang digunakan dalam penetapan harga event organizer pada CV. Agenda Kota Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Untuk melengkapi penelitian ini perlu adanya referensi teoriti atau bahan pustaka lainnya sebagai pelengkap penelitian. Adapun teori yang dijadikan dasar penelitian sebagai berikut:

Menurut Etty Kongrat (2014) yang menjadi kunci kesuksesan pemeran adalah peranan pada promosi. Kegiatan yang dilakukan promosi mulai dari persiapan sampai dengan memilih media yang akan digunakan dalam promosi serta promosi yang digunakan dalam memasarkan pameran. Hasil pengumpulan data ini yaitu bersifat kualitatif yang diadakan langsung kepada objek penelitian yang memiliki hubungan sebagai

informasi yang dapat dipercaya.

Menurut Neny Fitriyah (2012), cara mengetahui dan cara mengevaluasi penetapan harga jual jasa yang tepat adalah dengan standar biaya yang dapat menjelaskan spesifikasi produk jasa yang akan diproduksi pada *event organizer*. Harga jual pertama adalah eceran atau dengan rincian per-item produk, harga kedua yang ditawarkan adalah dalam bentuk paket dan harga sesuai dengan yang ditentukan oleh *budget klien*. Laba juga akan ditentukan kurang lebih 20/% dari total omzet yang dikeluarkan selama berjalannya event.

Menurut Lilian Yulia Abadi (2016), dalam melakukan evaluasi strategi penetapan harga dalam bisnis *event organizer*, penelitian ini akan membandingkan suatu harga dengan kompetitor yang sudah ada atau dengan perhitungan harga pokok produksi. Metode penetapan harga ini berdasarkan kekuatan pasar, dimana harga jual dapat sama dengan produk yang dihasilkan dan sama dengan produk pesaing bisa lebih mahal atau lebih murah.

Definisi Jasa Event Organizer

Jasa event organizer merupakan jenis kegiatan atau pelayanan yang akan memberikan suatu kemudahan, kenyamanan bagi masyarakat yang memerlukan kegiatan tersebut. Menurut Mahmud Machfoedz (2011) mengatakan bahwa sektor jasa menghasilkan sebuah produk yang tidak berwujud seperti layanan, jasa keuangan, dan jasa reparasi. Namun menurut Tjiptono (2012 : 260), mendefinisikan jasa merupakan suatu tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan konsumen.

Pengertian Harga Event Organizer

Harga yang diberikan merupakan suatu at fleksibel menurut waktu dan tempatnya. Harga juga merupakan salah satu strategi utama yang dikendalikan oleh manajer pemasaran. Suatu keputusan penetapan harga mempengaruhi jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dan pendapatan

yang diperoleh. Harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan.

Tujuan Penetapan Harga

Pada suatu perusahaan akan memiliki beberapa tujuan untuk penentuan harga dan perusahaan yang harus memformulasikan tujuan penetapan harga dengan tujuan sebelum dilakukannya pengembangan strategi harga keseluruhan. Menurut Artika Romal (2016 : 4) yaitu pada suatu harga perusahaan akan ditetapkan untuk tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan penjualan
2. Mempertahankan dan memperbaiki market share
3. Menstabilkan tingkat harga
4. Mengembalikan investasi
5. Mencapai laba maksimum

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menjelaskan bagaimana proses pada penetapan harga perusahaan. Penelitian ini juga menggunakan data kualitatif yaitu penelitian yang tujuan utamanya adalah untuk memperoleh wawasan tentang topik tertentu. Di dalam penelitian kualitatif ini tidak bergantung pada jumlah atau banyaknya hasil yang didapatkan. Fokus pada penelitian kualitatif adalah untuk memperoleh pemahaman serta mengetahui seluruh hal yang mendasari, opini, dan dapat untuk memotivasi penetapan harga perusahaan.

Metode Pengumpulan Data

Dalam mendapatkan data yang dibutuhkan baik yang bersifat kualitatif yaitu diadakannya penelitian langsung kepada obyek penelitian yang memiliki hubungan dengan masalah yang sedang diteliti sebagai suatu sumber informasi yang dapat dipercaya.

Tahapan Penelitian

1. Observasi

Observasi merupakan proses atau pola perilaku baik berupa orang, benda maupun kegiatan sistematis. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik, menjawab pertanyaan-pertanyaan, membantu perilaku manusia, dan mengevaluasi dalam melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu, serta lebih mengetahui dan memahami aktivitas dan pemahaman strategi perusahaan.

Obyek penelitian ini terdiri dari tiga komponen yaitu:

1. *Place* (tempat)
2. *Actor* (pelaku)
3. *Activities* (aktivitas)

2. Wawancara

Wawancara atau *interview* merupakan teknik pengumpulan data menggunakan suatu pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian yaitu dengan melakukan tanya jawab dengan pihak yang berkaitan dalam mendapatkan suatu informasi yang berhubungan dengan penetapan harga jual jasa *event organizer*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ini merupakan suatu proses pengumpulan data baik dalam bentuk barang, rekaman, data gambar, foto, *blue print* dan lain sebagainya. Sifat utama data ini adalah memberikan peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang terjadi di waktu silam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penetapan

Pada penelitian ini, Perusahaan yang akan diteliti yaitu Perusahaan CV. Agenda Kota Indonesia. Pada perusahaan ini bergerak dibidang jasa pembuatan konsep kreatif strategi marketing komunikasi dengan menyediakan berbagai produk jasa seperti *wedding, fashion festival, meet and greet* atau berjumpa dengan para artis, bazar, dan lain-lain. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 27 April 2013 yang bertempat di Jl Grudo IV / 28 A Surabaya.

Daftar Menu Penjualan CV. Agenda Kota Surabaya

Produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan CV. Agenda Kota Indonesia ini sangat banyak tergantung dengan jenis-jenis acaranya yaitu sebagai berikut:

1. *Festival*
2. *Grand Opening / Launcing* Produk
3. *Seminar / Workshop*
4. *Wedding*
5. *Competition*

Tahapan Pembuatan Event CV. Agenda Kota Indonesia

Sebuah event akan dinyatakan sukses apabila dalam penyusunan sebuah acara dibutuhkan serangkaian tahapan sebagai berikut:

1. Menentukan tujuan awal
Sebelum merancang *event*, EO harus dapat menentukan tujuan utama dari acara tersebut dan mencari konsep yang kreatif dalam suatu rancangan tertulis maupun tidak tertulis.
2. Mempersiapkan Tim
Sebelum menggelar sebuah *event*, maka akan dibentuk suatu tim yang terdiri dari beberapa kelompok dan masing-masing mempunyai tanggung jawab agar dapat menentukan kesuksesan sesuai dengan berjalannya suatu acara.
3. Menentukan jenis event
Dengan menentukan jenis *event* diawal, akan dapat mengetahui tujuan perusahaan. Masing-masing *event* akan memberikan hasil yang berbeda terhadap waktu, dana, dan energi yang dihabiskan.
4. Rancangan Anggaran
Anggaran pendanaan juga harus dipikirkan agar dapat menjamin keberhasilan *event* secara keseluruhan serta estimasi biaya juga perlu mengantisipasi hal-hal yang tidak terduga dikala *event* berlangsung.
5. Supplier atau Mitra Kerja
Supplier dan Mitra Kerja ini sebagai pemasok kebutuhan *event* yang memiliki hubungan baik dengan penyedia peralatan tersebut.

Rancangan Pembuatan Event CV. Agenda Kota Indonesia

Sebelum pembuatan kegiatan *event* ini, perusahaan akan melakukan rancangan untuk menjelaskan dan memastikan para talent bazar yang akan berpartisipasi dalam *event* tersebut.

1. Pembuatan Nama Acara

Pembuatan nama acara ini benar-benar dipikirkan secara jangka panjang karena akan disebarluaskan ke beberapa media dan beberapa lokasi disekitar Surabaya untuk menarik para pengunjung yang telah berpartisipasi dalam acara tersebut.

2. Pembuatan Konsep Acara

Pembuatan konsep ini akan mengumpulkan beberapa penjual *online shop* untuk memasarkan produk mereka langsung kepada pembeli.

3. Penentuan tempat/ lokasi event

Panitia mencari beberapa referensi lokasi untuk dijadikan pertimbangan penentuan lokasi event tersebut. Besar dan kecilnya tempat/lokasi *event* juga akan mempengaruhi tingkat pengunjung.

4. Penentuan target klien

Perusahaan ini mempunyai target *klient* dengan para produsen atau para penjual produk *online shop*, maka target yang digunakan adalah *tallent bazar*.

5. Penentuan promosi

Perusahaan akan menentukan beberapa titik untuk dijadikan promosi, misalnya memilih media promosi radio, televisi, koran, media sosial, pemasangan banner di sekitar kota Surabaya.

6. Penentuan harga event Suroboyo Fest

Perusahaan akan merancang beberapa penetapan harga untuk tenant bazar besertakan luas stand bazar dan penetapan harga yang sudah dirancang oleh panitia *event*.

1. Plan (perencanaan) yaitu proses yang sudah dirinci oleh setiap perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
2. Fund (pendanaan) yaitu suatu perancangan pendanaan dengan memperkirakan pengeluaran yang dibutuhkan perusahaan.
3. Decision (keputusan) yaitu keputusan untuk menetapkan produk dengan memiliki nilai lebih dimata konsumen.
4. Company profile (profil perusahaan) yaitu proses penyebaran kepada konsumen yang akan berpartisipasi dalam event tersebut.
5. Financial report (laporan keuangan) yaitu proses yang membahas penetapan harga yang sudah dibebankan perusahaan.
6. Analisis SWOT yaitu untuk memaksimalkan kekuatan dan menutupo kelemahan yang akan memanfaatkan sebuah peluang bisnis dan akan menghindari dari ancaman yang datang.

Sumber Data Untuk Analisis

Dalam sumber ini merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana penetapan harga akan ditetapkan yaitu sebagai berikut:

1. Cara-cara penetapan harga perusahaan
2. Informasi yang digunakan dalam penetapan harga
3. Strategi penetapan harga
4. Respon konsumen dalam penetapan harga
5. Pelayanan perusahaan
6. Perbandingan harga event organizer

Perencanaan Kegiatan Perusahaan CV. Agenda Kota Indonesia

Dalam menciptakan produk jasa kepada konsumen, maka diperlukan sistem yang digunakan oleh CV. Agenda Kota Indonesia dalam menjalankan bisnisnya yaitu sebagai berikut:

Deskripsi Hasil Penelitian dan Pembahasan Penetapan Harga menurut Konsumen

Dalam pertanyaan-pertanyaan ini berguna untuk mengetahui hasil dan kesimpulan dari sistematika penetapan harga yang telah dilakukan oleh perusahaan.

1. Pelayanan perusahaan yaitu perusahaan mampu memberikan kualitas dan hubungan secara langsung untuk kepuasan konsumen.
2. Perbandingan harga event organizer yaitu event ini sudah menyediakan fasilitas dan kualitas yang baik walaupun harga sedikit lebih tinggi dibanding dengan event lain.

Perhitungan Pengeluaran Biaya Event Organizer CV. Agenda Kota Indonesia

faktor yang dapat mempengaruhi biaya dan dapat menjelaskan beberapa laporan keuangan perusahaan yang menjadi perhitungan biaya dalam pengeluaran event organizer, yaitu:

1. Biaya Tenaga Kerja
2. Biaya Akomodasi
3. Biaya Sewa Peralatan
4. Biaya Sewa Peralatan *Foodcord*
5. Biaya Sewa *Main Stage Production*
6. Biaya Produksi
7. Biaya Reward
8. Biaya Iklan

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara umum, kesimpulan ini diperoleh dalam menelusuri model penetapan harga *event organizer* adalah sebagai berikut:

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Peneliti tertarik dengan *event* ini karena peneliti ingin mengetahui laporan laba rugi perusahaan dalam menetapkan harga *event organizer* di setiap *event/acara* dan peneliti sudah pernah terlibat dalam *event* tersebut, oleh karena itu peneliti ingin memastikan tentang laporan keuangan perusahaan ini dan ingin mengetahui

pendapatan yang dihasilkan di setiap *event* yang berbeda.

2. Menjawab perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana penetapan laba rugi perusahaan di setiap *event* yang berbeda. Pada sebuah perusahaan *event organizer CV. Agenda Kota Indonesia* terdapat beberapa produk jasa yang ditawarkan seperti *wedding, fashion festival, bazar, konser musik, dan lain-lain*, tetapi pada penelitian ini mengambil salah satu contoh kegiatan yang dilakukan CV. Agenda Kota Indonesia yaitu *event Suroboyo Fest* yaitu kegiatan bazar yang mengumpulkan beberapa *online shop* ternama di seluruh Indonesia dan di dalam kegiatan tersebut terdapat tambahan kegiatan untuk menarik para pengunjung.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diambil saran sebagai berikut :

1. Untuk perusahaan

Saran yang disampaikan untuk perusahaan yaitu sebaiknya pihak manajemen dapat mempertimbangkan potensi perhitungan biaya dengan membebaskan biaya sesuai dengan aktivitas, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang lebih tepat untuk setiap acara, sehingga akan mendapatkan laba yang maksimal. Selain itu, agar dapat memberikan perhitungan yang akurat mengenai aktivitas-aktivitas yang terjadi dan lebih meningkatkan penjualan perusahaan, serta meningkatkan kegiatan promosi agar tujuan dan sasaran perusahaan tercapai.

2. Bagi peneliti selanjutnya
saran untuk peneliti selanjutnya adalah lebih menambah dan mendalami wawasan tentang penetapan harga *event organizer*, mempersiapkan waktu yang panjang, karena dengan kondisi lapangan, sehingga membutuhkan

waktu cukup lama untuk mengadakan penelitian lapangan dengan lebih teliti.

DAFTAR RUJUKAN

- Artika Romal Amrullah. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat". *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 5(7). 1-15
- Andy Jackson. 2015. "Evaluasi Dan Perancangan Model Bisnis Pada Kaisar Organizer Dengan Business Model Canvas". *Agora*, 3(2). 302-305.
- Bintoro Adi Guna, Alexander Setiawan, dan Rudi Adipranata. 2016. "Aplikasi Event Organizer Untuk Mendukung Kegiatan Manajemen Artis Pada PT. XYZ". *Jurnal Infra*, 4(2). 176-182
- Dicky Pratama. 2016. "Analisis Nilai Tukar Rupiah, Produksi Batubara, Permintaan Batubara Dalam Negeri Dan Harga Batubara Acuan Terhadap Volume Ekspor Batubara Indonesia (Studi Pada Ekspor Batubara Indonesia Tahun 2005-2014)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 33(2). 145-153.
- Elwin Alfa Chonanja. 2016. "Persepsi Pemangku Kepentingan Sebagai Dasar Penentuan Strategi Promosi Pada Perusahaan *Video Business Production*". *Performa*, 1(4), 388-397.
- Etty Kongrat. 2014. "Model Strategi Promosi Stand Pameran Pada Perusahaan Pco (Professional Conference Organizer)". *Ekonomi & Bisnis*, 10(2). 163-167.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hanif A'yunin. 2015. "Pengaruh Brand Image, Harga, Atribut Produk, Ekuitas Merek, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Metto Fashion Boyolali". *Doctoral dissertation*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit : Linda Karya Bandung
- Imam Gunawan. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, dan G. Armstrong. 2014. *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi 9*. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPEE.
- Kotler, Philip, dan K. Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Airlangga.
- Lilian Yulia Abadi. 2016. "Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Cafe". *Performa*, 1(1). 112-117.
- Mahmud Machfoedz. 2011. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta : ANDI.
- McMillan, J. H., dan S Schumacher. 2003. *Research in education: A conceptual introduction (5th ed.)*. New York : Longman
- Neny Fitriyah. 2012. "Evaluasi Penetapan Harga Jual Jasa Wedding Organizer (Studi Kasus Pada Oro Islamic Wedding And Event Organizer Malang)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2). 1-29.
- Ni Putu Dewik Erina. 2016. "Pengaruh Partisipasi Penganggaran, Penekanan Anggaran, Kapasitas Individu, Dan Kejelasan Sasaran Anggaran Pada Senjangan Anggaran". *E-Jurnal Akuntansi*, 15(2). 973-1000.
- Ridwan Purnama, Alfania Riska. (2016). "Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran The Centrum Bandung". *Tourism & Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 973-982.
- Wiratna Sujarweni. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : PT. Pustaka Baru