

**UPAYA DIPLOMASI KOMERSIAL DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK PAKAIAN LOKAL ERIGO
DALAM NEW YORK FASHION WEEK 2022**

SKRIPSI



**Oleh:
VARIN RIZKY ALIVIA
NIM. I92218099**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

JANUARI 2023

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULIS

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Varin Rizky Alivia

NIM : 192218099

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : “ **Upaya Diplomasi Komersial Dalam Mempromosikan Produk Pakaian Lokal Erigo Dalam New York Fashion Week 2022**”

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
2. Skripsi ini adalah benar - benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
3. Apabila skripsi ini di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi yang terjadi

Surabaya, 13 Januari 2025



Varin Rizky Alivia

NIM. 192218099

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah memeriksa dan memberikan arahan terhadap proposal skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Varin Rizky Alivia

NIM : 192218099

Program Studi : Hubungan Internasional

yang berjudul: “ Upaya Diplomasi Komersial Dalam Mempromosikan Produk Pakaian Lokal Erigo Dalam New York Fashion Week 2022”, saya berpendapat bahwa proposal skripsi tersebut dapat diajukan untuk diseminarkan.

Surabaya, 23 Juni 2023



Nur Luthfi Hidayatullah, S.IP., M.Hub.Int.

NIP : 199104092020121012

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Varin Rizky Alivia dengan judul: **Upaya Diplomasi Komersial dalam Mempromosikan Produk Pakaian Lokal Erigo dalam New York Week 2022.** Telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 23 Juni 2023.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Nur Luthfi Hidayatullah, S.IP., M.Hub.Int
NIP.199104092020221012

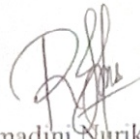
Penguji III

Penguji II

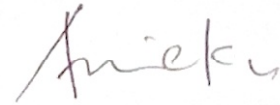


Zaky Ismail, M.S.I
NIP. 198212302011011007

Penguji IV



Rizki Rahmadini Nurika, S.Hub.Int., M.A
NIP.199003252018012001



Dr. Hj. Aniek Nurhayati, M.Si
NIP. 196909071994032001

Surabaya, 17 Juli 2023

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial

Dekan



Abd. Chalik, M.Ag.

NIP.197306272000031002



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Varin Rizky Alivia
NIM : I92218099
Fakultas/Jurusan : Hubungan Internasional
E-mail address : varinra@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

UPAYA DIPLOMASI KOMERSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK

PAKAIAN LOKAL ERIGO DALAM NEW YORK FASHION WEEK 2022

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Januari 2025

Penulis

(Varin Rizky Alivia)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Varin Rizky Alivia, 2023. Diplomasi Komersial Kemenparekraf Indonesia Dan Erigo Dalam Mempromosikan Produk Pakaian Lokal Di Pasar Global, Skripsi Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya

Kata kunci: produk pakaian lokal, diplomasi komersial, Kemenparekraf, industry

Beberapa negara dapat bekerjasama ataupun berkonflik di sistem internasional. Keterlibatan para pelaku bisnis dalam proses perencanaan dan pelaksanaan diplomasi, yang dipimpin oleh pemerintah, akan memperkuat koordinasi untuk mencapai target kepentingan nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran diplomasi komersial Kemenparekraf Indonesia dan Erigo dalam mempromosikan produk pakaian lokal di pasar global. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan penelitian metode kualitatif dengan bentuk studi kasus dengan tipe deskriptif, peneliti menggunakan metode dengan menggambarkan objek atau subjek yang diteliti sesuai dengan apa adanya, serta menjelaskan tentang variabel yang diteliti.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa Kemenparekraf Indonesia bersama Shopee dalam mempromosikan produk lokal pakaian erigo melakukan lima strategi untuk menarik menjual produknya ke pasar global. Strategi yang pertama yaitu melakukan promosi dengan mengikuti bazar bazar fesyen yang diselenggarakan mulai dari dalam negeri dan luar negeri. Strategi kedua yang dilakukan adalah membuat *website* untuk memperjual belikan produk produk yang di jual. Strategi ketiga dengan menggunakan media sosial terutama instagram untuk mempromosikan produk yang mereka jual. Startegi keempat dengan memberikan konsep konsep menarik untuk menarik pembeli, misalnya dengan membuat event yang berkonsep Jepang atau anime. Strategi kelima merupakan strategi promosi melalui influencer ternama di Indonesia. Erigo menganggap dengan pengaruh dari influencer ternama di Indonesia maka produknya akan semakin dikenal dan diminati. Kemenparekraf mengambil peran untuk membantu mempromosikan dan membantu dalam mengurus surat menyurat untuk memasarkan produknya ke luar negeri. Selain itu dalam hal ini diplomasi komersial Kemenparekraf Indonesia dalam mempromosikan pakaian lokal Erigo masih dirasa kurang, karena hanya membantu dalam hal administrasi pertunjukkan Erigo Apparel yang dilakukan di NYFW di New York dikarenakan pandemi dan *lockdown* yang sedang berlangsung di Indonesia.

ABSTRACT

Varin Rizky Alivia, 2023. *Commercial Diplomacy of Kemenparekraf Indonesia and Erigo in Promoting Local Clothing Products in the Global Market*, Thesis International Relations Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Keywords: *local clothing products, commercial diplomacy, Kemenparekraf, industry*

Countries can cooperate or conflict in the international system. The involvement of business actors in the process of planning and implementing diplomacy, led by the government, will strengthen coordination to achieve national interest targets. This research aims to find out how the role of commercial diplomacy of Kemenparekraf Indonesia and Erigo in promoting local clothing products in the global market. The type of research used by researchers is a qualitative method research in the form of a case study with a descriptive type, researchers use methods by describing the object or subject under study in accordance with what it is, and explaining the variables studied.

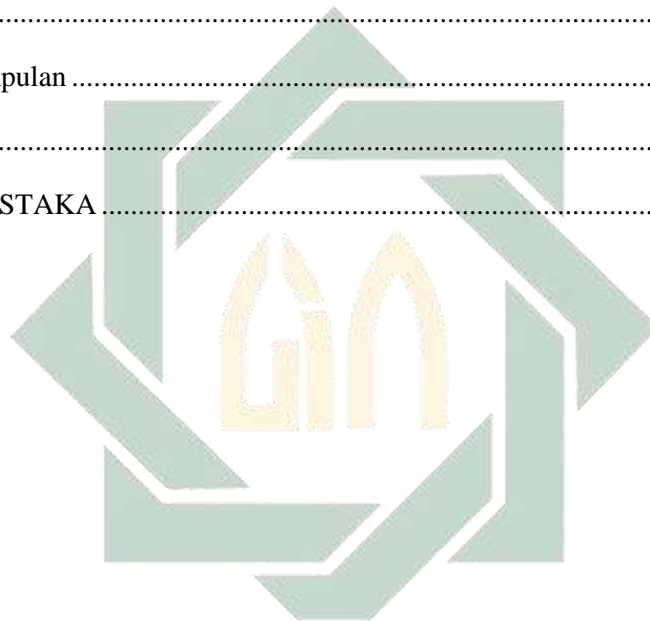
Based on the results obtained, it can be concluded that Kemenparekraf Indonesia together with Shopee in promoting local erigo clothing products carry out five strategies to attract selling their products to the global market. The first strategy is to carry out promotions by participating in fashion bazaars organized from within the country and abroad. The second strategy is to create a website to sell products. The third strategy is to use social media, especially Instagram, to promote the products they sell. The fourth strategy is to provide interesting concepts to attract buyers, for example by creating events with a Japanese or anime concept. The fifth strategy is a promotion strategy through well-known influencers in Indonesia. Erigo considers that with the influence of well-known influencers in Indonesia, its products will be increasingly recognized and in demand. Kemenparekraf takes the role to help promote and assist in taking care of correspondence to market its products abroad. In addition, in this case, Kemenparekraf Indonesia's commercial diplomacy in promoting Erigo's local clothing is still lacking, because it only assists in the administration of Erigo Apparel's show at NYFW in New York due to the ongoing pandemic and lockdown in Indonesia.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Argumentasi Utama	16
G. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II.....	19
LANDASAN KONSEPTUAL	19
A. Kerangka Konseptual.....	19
B. Kerangka Konseptual.....	21
1. Diplomasi Komersial	21
2. New York Fashion Week.....	32
1. Sudah Ada Sejak Perang Dunia Ke-II dengan Nama ' <i>Press Week</i>	33
2. Satu <i>Venue</i> yang Digunakan Rumah Mode Secara Bergantian	34

3.	Tidak Ada Calon Pembeli, Undangan Pekan Mode Khusus untuk Jurnalis	34
4.	Perubahan <i>Venue Outdoor</i> karena Musibah.....	35
5.	Pertama Kali Ditiadakan Saat Terjadinya 9/11 Tahun 2001.....	35
3.	Produk Lokal.....	38
4.	Kemenparekraf.....	39
5.	Fungsi Kemenparekraf.....	40
6.	Tugas Kemenparekraf.....	41
7.	Erigo.....	42
8.	Shopee.....	45
BAB III		49
METODE PENELITIAN.....		49
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	49
B.	Tahap – Tahap Penelitian.....	50
C.	Teknik Pengumpulan Data.....	52
D.	Teknik Analisa Data	54
E.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	54
BAB IV		55
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....		55
A.	Erigo Apparel sebagai Produk Pakaian Lokal	55
1.	Produk Pakaian Lokal	55
2.	Erigo di New York Fashion Week.....	63
3.	Popularitas Erigo Setelah New York Fashion Week	65
4.	Dalam Sisi Government.....	67
5.	Dalam Sisi Erigo	69
6.	Dalam Sisi Shopee	71
B.	Kemenparekraf Indonesia Bersama Shopee Dalam Mempromosikan Pakaian Lokal Erigo di NYFW.	73

1. Peran Kemenparekraf dalam Diplomasi Komersial.....	73
2. Peran Shopee dalam Diplomasi Komersial.....	79
3. Peran Erigo dalam Diplomasi Komersial.....	79
4. Kolaborasi Kemenparekraf bersama Shopee dalam Mempromosikan Produk Pakaian Lokal Erigo.....	86
BAB V	111
PENUTUP	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

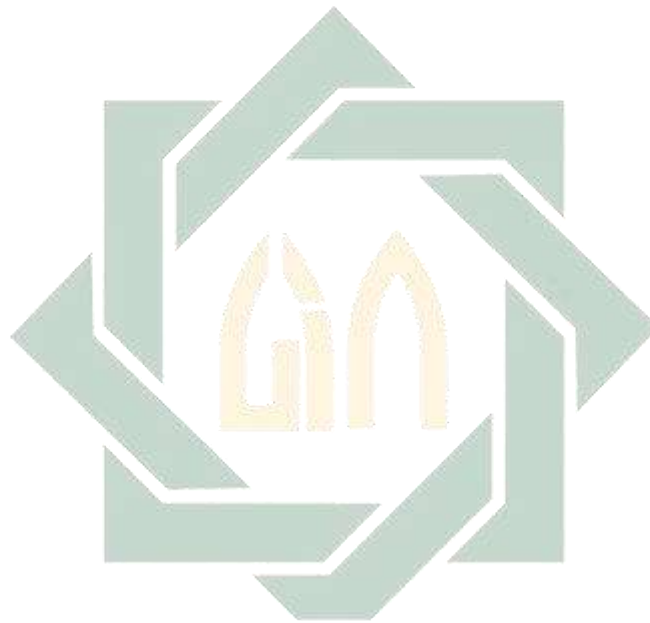
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Value Chain of Commercial Diplomacy	28
Gambar 4. 1 Logo Erigo	59
Gambar 4. 2 Live instagram CEO Erigo dengan Pemimpin Kemenparekraf	75
Gambar 4. 3 Johana Alvina desainer Erigo X di New York Fashion Week	90
Gambar 4. 4 Erigo Hadir Dalam Pagelaran Bazar Disalah Satu Mall	93
Gambar 4. 5 Website Resmi Erigo.....	94
Gambar 4. 6 Instagram Erigo	95
Gambar 4. 7 Campaign Konsep Produk.....	96
Gambar 4. 8 Erigo X Infulencer Ternama Indonesia	98
Gambar 4. 9 Deretan Artis Erigo Menjadi Peraga Busana Di NYFW Tampil Di Billboard Times Square, New York	99
Gambar 4. 10 Deretan Artis Mewakili Erigo Dalam Ajang NYFW	99
Gambar 4. 11 Website Erigo.....	100
Gambar 4. 12 Erigo Official Di Market Place Shopee.....	104
Gambar 4. 13 Hasil karya desainer Johana Alvina dalam catwalk NYFW	105

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Konseptual.....	19
Tabel 4. 1 Struktur Perusahaan Erigo	59
Tabel 4. 2 Data Penjualan Erigo di Market Place Shopee	66



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Rennie. 2023. 'Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo'. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA 2* (1). View of PENGARUH BRAND AMBASSADOR, E-WOM, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO (umri.ac.id).
- Ajaib. 2020. 'Erigo Store Yang Terkenal Itu Dulu Sempat Merugi'. Ajaib. 2020. Erigo Store yang Terkenal Itu Dulu Sempat Merugi.
- Alaexander, Gavana. 2019. 'Strategi Indonesia Pada Sektor Industri Pakaian Jadi Untuk Merespon Tantangan Pasar Global Dalam Aspek Global Production Network'. *UNPAR Repository*. Strategi Indonesia pada sektor industri pakaian jadi untuk merespon tantangan pasar global dalam aspek Global Production Network (unpar.ac.id).
- Arum, Ajeng Sekar, and Dadan Suryadipira. 2021. 'Diplomasi Komersial: Promosi Perdagangan Dan Investasi Indonesia Terhadap Kenya Pasca KTT Indian Ocean Rim Association (IORA) Di Era Presiden Joko Widodo (2015-2019)'. *Padjadjaran Journal of International Relations* 3 (2): 277. <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i2.33517>.
- Arystankulova, Gulsara, Kamilla Sheryazdanova, and Galina Kakenova. 2019. 'Economic Diplomacy: An Important Tool For Achieving Foreign Policy Goals'. *Opción*, Año 35 (88): 12–26. <https://repository.apa.kz/xmlui/bitstream/handle/123456789/74/%D0%A8%D0%B5%D1%80%D1%8C%D1%8F%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9A.%D0%93..pdf?isAllowed=y&sequence=1>.
- Astutik, Yuni. 2022. 'Didukung Kemenparekraf & Shopee, Erigo Tembus NYFW 2022'. CNBC Indonesia. 2022. Didukung Kemenparekraf & Shopee, Erigo Tembus NYFW 2022 (cnbcindonesia.com).

- Boromisa, Ana Maria, Sanja Tišma, and Anastasya Raditya Lezaic. 2012. *Commercial Diplomacy Of The Republic Of Croatia Or Why Croatia Today Desperately Needs A Strong And Systematic Commercial Diplomacy*. Zagreb: Institute for International Relations.
- Budiarto, Bagus, and Candi Ciptono. 1997. *Pemasaran Internasional*. Pertama. Yogyakarta: BPFPE.
- Busschers. 2011. 'The Value of Commercial Diplomacy from an SME Perspective'. University Twente.
- Cinthy. 2020. 'Mempelajari Konsep Promosi Secara Mendalam Untuk Pengembangan Bisnis'. Accurate. 2020. <https://accurate.id/marketing-manajemen/konsep-promosi-untuk-pengembangan-bisnis/>.
- Erigo. 2023. 'About Us'. Erigo. 2023. <https://erigostore.co.id/pages/about-us>.
- Ernawati, Diah. 2019. 'Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung'. *Jurnal Wawasan Manajemen* 7 (1).
- ExportHub. 2023. 'Pasar Global Adalah: Ciri-Ciri, Keuntungan, Strategi Masuknya'. ExportHub. 2023. Pasar Global Adalah: Ciri-ciri, Keuntungan, Strategi Masuknya - Exporthub.
- Foreign Investment Advisory Service. 2006. 'Improving Indonesia's Competiveness: Case Study of Textile and Farmed Shrimp Industries'. *International Finance Corporation* 2. <https://id.scribd.com/document/46984843/TextileShrimpv2>.
- Hady, Hamdy, and Anita Vidiyanti. 2004. *Manajemen Bisnis Internasional: Teori Dan Kebijakan*. Ciawi: Ghalia Indonesia.
- I Gusti Ayu Dewi Hendriyani. 2023. 'Siaran Pers : Kemenparekraf Dalam New York Indonesia Fashion Week 2023'. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi

- Kreatif Republik Indonesia. 2023. Siaran Pers: Kemenparekraf Dukung IFAF Berpartisipasi dalam New York Indonesia Fashion Week 2023.
- Ifamrullah. 2022. '5 Strategi Marketing Yang Membawa ERIGO Ke New York'. Hubstler. 2022.
- James, William E, and David J Ray. 2022. 'Indonesia's Textile and Apparel Industry: Meeting the Challenges of the Changing International Trade Environment'. *Asian Growth Research Institute*. <https://en.agi.or.jp/publications-en/workingpaper/2002/WP2002-20.html>.
- Kemenparekraf, Admin. 2022. 'Profil Lembaga'. Kemenparekraf. 2022. Profil Kemenparekraf/Baparekraf.
- Killian, Erza. 2015. 'Pemerintah Daerah Dalam Diplomasi Komersial Indonesia: Studi Kasus Pada Diplomasi Komersial Jawa Timur'. *Jurnal Transformasi Global 2* (2). Pemerintah Daerah dalam Diplomasi Ekonomi Indonesia : Studi Kasus pada Diplomasi Komersial Jawa Timur | TRANSFORMASI GLOBAL (ub.ac.id).
- Kostecki, Michel, and Oliver Naray. 2007. 'Commercial Diplomacy and International Business'. *Netherland Institute of International Relations*.
- Kotabe, Masaaki, and Kristiaan Helsen. n.d. *Global Marketing Management*. Third. USA: John Wiley and Sons, Inc.
- LandX. 2023. 'Pasar Global 2023: Bentuk, Ciri, Dan Tips Memasuki Pasar Global'. LandX. 2023. Pasar Global 2023: Bentuk, Ciri, dan Tips Memasuki Pasar Global | LandX.
- Marleny, Finki Dona, Ihdalhubbi Maulida, Rudy Ansari, Ayu Ahadi Ningrum, Muhammad Ziki Elfirman, Windarsyah Windarsyah, Mukhaimy Gazali, Kamarudin Kamarudin, and Mambang Mambang. 2022. 'Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Lokal Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Sungai Andai'. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3 (1): 48–53. https://doi.org/10.32764/abdimas_if.v3i1.2533.

- Mercyana, Dara Sheila. 2020. 'Diplomasi Komersial Indonesia Dan Aljazair Untuk Mengatasi Kelangkaan Minyak Bumi: Dimensi Ketersediaan Dan Keberlanjutan'. *UNPAR Institutional Respository*. Diplomasi komersial Indonesia dan Aljazair untuk mengatasi kelangkaan minyak bumi : dimensi ketersediaan dan keberlanjutan (unpar.ac.id).
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.
- Nurika, Rizki Rahmadini, and Maharani Hapsari. 2015. 'Peran Diplomasi Komersial Dalam Pengembangan Industri Smelter Bauksit Di Indonesia'. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Okano-Heijmans, Maaïke. 2011. 'Conceptualizing Economic Diplomacy: The Crossroads of International Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies'. *The Hague Journal of Diplomacy* 6 (1–2): 7–36. <https://doi.org/10.1163/187119111X566742>.
- Potter, Evan H. 2004. 'Branding Canada: The Renaissance of Canada's Commercial Diplomacy'. *International Studies Perspectives* 5 (1): 55–60. <https://doi.org/10.1111/j.1528-3577.2004.00155.x>.
- Prayogo, Neola Hestu, and Mohammad Mohtar Mas' oed. 2017. 'Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia Dalam Mendorong PT. Freeport Indonesia Untuk Mengembangkan Smelter Di Dalam Negeri'. Universitas Gadjah Mada. Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia dalam Mendorong PT. Freeport Indonesia untuk Mengembangkan Smelter di Dalam Negeri (ugm.ac.id).
- Putro, Shandy Widjoyo, and Hatane Samuel. 2014. 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya'. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2 (1).

- Rachmawati, Rina. 2011. 'Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)'. *Jurnal Kompetensi Teknik 2* (2).
- Rahardjo, Mudjia. 2017. 'Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya'. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Reynaldi, Arief. 2018. 'Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada Divisi Marketing Pt Idea Solusi Indonesia'. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Sanapiah, Faisal. 2000. *Format-Format Penelitian Sosial: Dasar-Dasar Dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Saner, Raymond, and Lichia Yiu. 2003. *International Economic Diplomacy: Mutations in Post Modern Times*. Clingendael: Netherlands Institute of International Relations.
- Sari, Shinta Miranda. 2021. 'Johana Alvina, Fashion Desainer Di Balik Erigo X Di New York Fashion Week'. *Timesindonesia* . 2021.
- Sudaryatmo. 2017. 'Pengembangan Produk Lokal'. ITS. 2017. Pengembangan Produk Lokal - Institut Teknologi Sepuluh Nopember (its.ac.id).
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. III. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: Andi.