

SKRIPSI

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LIQUID CAFÉ DI YOGYAKARTA



Disusun oleh:

STENLY SIMSON DE LIMA

NIM : 11034171

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2016

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LIQUID CAFÉ DI
YOGYAKARTA**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

STENLY SIMSON DE LIMA

NIM. 11034171

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2016

Halaman Pengesahan

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LIQUID CAFÉ DI
YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

STENLY SIMSON DE LIMA

11034171

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal... **20 JAN 2016**...

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Petra Surya Mega Wijaya, SE., MM.
(Ketua Tim)
2. Dra. Ety Istriani, MM.
(Dosen Penguji)
3. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si.
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, **27 JAN 2016**

Disahkan Oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Akuntansi,



Dr. Singgih Santoso, MM



Petra Surya Mega Wijaya, SE., M.Si.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LIQUID CAFÉ DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 12 Januari 2016



Stenly Simson De Lima

11034171

HALAMAN MOTTO

“Kasihilah sesamamu seperti engkau mengasihi Tuhan Allah mu”

*“Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu
seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia”*

(Kolose 3:23)

”It’s not how you are when you born, but how you are when you die”

(RFA)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Buah pikiran ini penulis persembahkan untuk:

TUHAN YESUS KRISTUS

PAPA, MAMA, KAKA TIADANADIK INTAN TERCINTA

DOSEN PEMBIMBING SAYA DRA. ETY ISTRIANI, MM

***TEMAN SEPERJUANGAN, MELKY, RINTO, BILLY, BOSTON,
ALUNG, AND MANY MORE..***

***TEMAN – TEMAN YANG TIDAK BISA SAYA SEBUTKAN SATU
PERSATU***

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LIQUID CAFÉ DI YOGYAKARTA” ini dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program Sarjana Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terlaksana atas bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada para pihak, khususnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang banyak memberikan rahmat kepada saya melalui kesehatan, semangat, dan inspirasi yang membuat saya terus bekerja keras untuk mencapai hasil terbaik.
2. Bpk. Petra Surya Mega Wijaya, SE., MM. Selaku Kaprodi Progam Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Duta Wacana.
3. Ibu Dra. Ety Istriani, MM, selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk, serta semangat kepada penulis dalam penyusunan laporan ini.
4. Keluarga penulis yang tercinta, Papa, Mama, Kaka Tia dan Adik Intan. Terimakasih untuk segala bentuk kasih, doa, dukungan, dan perhatian yang diberikan untuk penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Sahabat – sahabat penulis yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun spiritual dalam penyusunan laporan dan pembuatan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satupersatu, yang telah memberikan bantuan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 12 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Konsep Pemasaran	11
2.2 Pengertian Jasa	16

2.2.1 Klasifikasi Jasa.....	16
2.2.2 Karakteristik Jasa	17
2.3 Service Marketing Mix.....	18
2.4 Strategi Pemasaran Jasa.....	28
2.5 Pengertian kepuasan Pelanggan	28
2.6 Faktor-Faktor Yang Memuaskan Pelanggan.....	29
2.7 Pengertian Kualitas	32
2.8 Kerangka Pikir	34
2.9 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	36
3.2 Sumber Data.....	36
3.3 Populasi Dan Sampel	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Metode Analisis Data.....	39
3.5.1 Analisis Prosentase	39
3.5.2 Indeks Kepuasan Pelanggan.....	40
3.6 Pengukuran Instrumen Penelitian	44
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	47

BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Statistik Deskriptif	49
4.2 Hasil Pengolahan Data	49
4.3 Analisis Prosentase	53
4.4 Indeks Kepuasan Konsumen	59

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	69
5.2 Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA	71
----------------------	----

©UKYDWN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Hasil Uji validitas instrumen untuk bagian Kepentingan	51
Tabel 4.2 Hasil Uji validitas instrumen untuk bagian Kinerja.....	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas Bagian Kepentingan dan Kinerja.....	53
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.5 Usia Responden.....	55
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden	56
Tabel 4.7 Pendidikan Terakhir Responden	57
Tabel 4.8 Pendapatan Responden	58
Tabel 4.9 Tingkat Kepentingan.....	60
Tabel 4.10 Urutan Tingkat Kepentingan Atribut	62
Tabel 4.11 Tingkat Kinerja	64
Tabel 4.12 Urutan Tingkat Kinerja	65
Tabel 4.13 Indeks Kepuasan Konsumen per atribut	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	Halaman
----------	---------

©UKDW

ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION TO THE LIQUID CAFÉ IN YOGYAKARTA

Stenly Simson De Lima

*Study Program of Manajemen
Business Faculty of Christian University Duta Wacana*

Abstract

This study aimed to determine the consumer attitudes toward Liquid Cafe and attributes are more important for Liquid Cafe user or consumer? Sourced data obtained in oral or written form of the results of research in the form of interviews, questionnaires related objek research and data acquired through books and literature. Number of sample taken in this study was 100 respondents.

Customer satisfaction with attributes at Liquid Cafe in Yogyakarta, with Consumer Satisfaction Index (CSI) Value of 318,28. This case shows that consumers feel fied enough, based on the results of data processing on the acquired CSI, the greatest CSI is attributes of quality of service with the yield 16,5564, and the attributes of comfort are rated second with a yield 16,3618. While the cafe through the promotion attributes korran/newspaper with a yield of 12,6592, was ranked bottom.

KeyWord : Customer satisfaction, Customer Attitudes, Quality.

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LIQUID CAFÉ DI YOGYAKARTA

Stenly Simson De Lima

Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap Liquid Cafe dan atribut apakah yang paling penting bagi pengguna atau konsumen Liquid Cafe. Sumber data yang diperoleh dalam bentuk lisan maupun tulisan dari hasil penelitian dalam bentuk wawancara, kuosioner terkait objek penelitian. dan data yang diperoleh melalui buku-buku dan literatur-literatur. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Kepuasan konsumen terhadap atribut – atribut diLiquid Cafe yogyakarta, dengan nilai Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) sebesar 318,28. Menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup puas. Berdasarkan hasil dari pengolahan data pada bagian IKK diperoleh IKK terbesar adalah atribut kualitas layanan dengan hasil sebesar 16,5564, dan atribut kenyamanan berada di peringkat ke dua dengan hasil sebesar 16,3618. Sedangkan atribut promosi café lewat Koran/surat kabar dengan hasil sebesar 12,6592 berada di urutan terbawah.

Kata kunci :Kepuasan Konsumen, Sikap Konsumen, Kualitas.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah hasil dari kegiatan setiap perusahaan sebagai wujud perhatian dari perusahaan untuk para pelangganya. Setiap perusahaan harus memandang bahwa kegiatan pemasaran ini adalah suatu kegiatan yang memiliki peranan penting dalam rangka pencapaian tujuan dari perusahaan. Suatu perusahaan menginginkan supaya usahanya dapat berjalan dengan baik dan lancar. Konsumen yang ada bisa memiliki tanggapan yang baik terhadap perusahaan maupun terhadap produk-produk yang ditawarkan. Semua kegiatan pemasaran haruslah memberikan nilai lebih dan mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen yang menggunakannya.

Dalam memberikan kepuasan bagi konsumen banyak perusahaan menyajikan banyak keunggulan - keunggulan yang beranekaragam, hal ini sering mereka tonjolkan untuk dapat menarik minat konsumen terhadap produk-produk yang mereka tawarkan, Dalam perkembangan jaman yang semakin maju ini membawa dampak yang menjadikan kehidupan manusia semakin modern, yang menuntut pemenuhan terhadap keinginan dan kebutuhannya yang semakin komplek. Hal ini, dapat dibuktikan bahwa pada masa sekarang ini semakin banyak orang yang membutuhkan hiburan.

keinginan untuk mendapatkan hiburan dapat ditempuh dengan berbagai daya dan upaya. Salah satu caranya dapat ditempuh dengan datang ke café – café yang menyajikan hiburan yang lebih, itu dilakukan oleh para konsumen untuk

dapat hiburan dan bersosialisasi. Dengan semakin meningkatnya keinginan konsumen untuk mendapatkan sesuatu yang lebih pada café yang mereka datangi maka mendorong konsumen untuk mendaftarkan diri menjadi anggota (Member) pada tempat-tempat hiburan atau café tersebut. Hal itulah yang menjadi sorotan para pemilik cafe untuk dapat memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya guna menarik minat para konsumen yang ada.

Industri café akhir-akhir ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini dapat dibuktikan, dengan bermunculannya café – café yang baru dalam waktu yang relatif singkat di Yogyakarta. Hal ini juga yang pada akhirnya menimbulkan persaingan dalam usaha-usaha sejenis. Untuk menghadapi persaingan tersebut diharapkan setiap perusahaan dalam menawarkan produknya, harus menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan dari konsumen.

Dalam pemilihan suatu produk, konsumen dipengaruhi oleh atribut-atribut yang melekat pada setiap produk yang ditawarkan. Atribut-atribut tersebut meliputi biaya yang harus dikeluarkan, kenyamanan, program - program hiburan yang ditawarkan, fasilitas yang ditawarkan, dll. Dengan atribut-atribut ini perusahaan dituntut untuk mengadakan suatu penelitian tentang perilaku konsumen. Hal itu dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari setiap harapan yang ada di benak konsumen.

Dalam penelitian ini akan menganalisis tentang sikap konsumen yang mempengaruhi pembelian suatu barang atau jasa yang dapat memanfaatkan posisi perusahaan dalam menghadapi setiap pesaing. Karena itu, setiap perusahaan harus merancang suatu usaha yang memastikan semua informasi yang disampaikan oleh

perusahaan tentang produk tersebut dapat menciptakan persepsi yang diinginkan di benak konsumen. Jadi persepsi ini dibentuk berdasarkan pengalaman yang dialami oleh konsumen terhadap sesuatu. Sehingga, nantinya dapat dipakai dalam pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan ini antara lain keputusan untuk membeli dengan mengevaluasi seberapa kepuasan konsumen atas suatu produk barang atau jasa tercukupi dengan atribut-atribut yang melekat pada suatu produk. Faktor yang sangat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli ini adalah pengalaman dan pengaruh-pengaruh dari lingkungan sekitar konsumen tersebut. Setiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda dalam memilih cafe yang ada, di mana masing - masing cafe tersebut menyajikan keunggulan - keunggulan yang berbeda pula.

Untuk itu penulis hanya membatasi pada cafe yang ada di Yogyakarta yaitu di Liquid Cafe.

Persaingan yang semakin ketat mengharuskan pengusaha cafe untuk mampu mengelola, mempertahankan, mempertanggung jawabkan setiap pelayanan yang diberikan dan mengetahui keinginan para member. Tujuannya agar cafe yang ia kelola dapat tetap survive dan dapat terus bersaing. Adapun persaingan yang terjadi meliputi persaingan kualitas, harga, pelayanan serta produk. Di sini perusahaan harus menetapkan strategi pemasaran yang jitu.

Contohnya, yaitu berusaha memahami keinginan atau harapan konsumen melalui pemberian respon terhadap apa yang mereka inginkan. Sikap konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman pada masa lalu. Apabila konsumen cenderung puas maka mereka akan cenderung menggunakan jasa pelayanan tersebut kembali.

Berdasarkan uraian tersebut penulis mengambil judul "ANALISIS KEPUASAN

KONSUMEN TERHADAP LIQUID CAFE DI YOGYAKARTA”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimanakah sikap konsumen terhadap Liquid Cafe?
2. Atribut apakah yang paling penting bagi pengguna Liquid Cafe?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diambil antara lain :

1. Obyek yang diteliti adalah tempat Liquid Cafe Yogyakarta.
2. Daerah penelitian di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Responden yang diteliti adalah responden yang pernah atau masih menjadi member di Liquid Cafe.
4. Responden yang diteliti bertempat tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta.
5. Jumlah responden yang diteliti 100 orang.
6. Atribut-atribut yang akan diteliti berdasarkan hasil observasi penulis adalah :
 - a. Produk.
 - b. Harga.
 - c. Promosi.
 - d. Tempat.

1.4 Tujuan Penelitian.

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut yang ada di Liquid Cafe.
2. Untuk menganalisis atribut yang paling penting bagi konsumen Liquid Cafe.

1.5. Manfaat Penelitian

Saya sebagai penulis sangat berharap hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak, namun penulis juga sadar bahwa hasil penelitian ini masih terlalu jauh dari kesempurnaan dan penulis berharap akan ada lagi penelitian yang lebih lanjut untuk menyempurnakan. Hasil penelitian ini saya harap bermanfaat bagi :

- a. Bagi Pihak Manajemen Liquid Cafe.

Memberi masukan pada perusahaan sehingga dengan hasil penelitian ini perusahaan dapat menerapkan dan melaksanakan strategi pemasaran yang lebih baik.

- b. Bagi Penulis

Penelitian ini akan menambah ketrampilan dalam menganalisa suatu masalah dan sekaligus dapat menerapkan teori-teori yang telah diterima dibangku kuliah.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai penambah pengetahuan, bahan bacaan dan sumber informasi (data sekunder) pada peneliti selanjutnya yang berkenaan dengan kepuasan pelanggan.

©UKDW

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, landasan teori, hipotesis, dan hasil pengujian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut – atribut di Liquid Cafe yogyakarta, dapat dikatakan puas dilihat dari nilai Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) sebesar 318,28 terletak pada posisi tengah antara angka 233,2 dan 338,8. Menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup puas. Dengan demikian hipotesis bahwa sikap konsumen terhadap atribut-atribut di Liquid café adalah cukup puas, tak terbukti
2. Berdasarkan hasil dari pengolahan data pada bagian IKK diperoleh IKK terbesar adalah atribut kualitas layanan dengan hasil sebesar 16,5564. Sedangkan atribut kenyamanan berada di peringkat ke dua dengan hasil sebesar 16,3618. Dengan demikian hipotesis bahwa atribut yang sangat penting bagi konsumen Liquid café yaitu kenyamanan, tidak terbukti.

5.3 Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil kesimpulan di atas, dan hasil penelitian yang dilakukan, yang mungkin dapat dipergunakan sebagai masukan bagi pengelola Liquid Cafe yogyakarta dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan hasil IKK tersebut, maka strategi yang harus dilakukan adalah meningkatkan semua kinerja secara keseluruhan terhadap atribut-atribut yang ada pada Liquid Cafe yogyakarta. Misalnya meningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumen dengan harapan akan dapat meningkatkan hasil IKK cukup puas menjadi puas serta dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dalam jangka panjang.

©UKDWN

DAFTAR PUSTAKA

- Armestead, C.G.(1996). *Customer service and support(layanan dan dukungan kepada pelanggan)*. PT. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia, Jakarta
- Basu Swasta Dharmmestu dan Irawan, 1984, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Chan, Syafrudin. (2003) *Relationship Marketing: Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Jakarta, Gramedia
- Enggel, James F, Blackwel, Roger and Miniard, Paul W. (1994). *Perilaku Konsumen*, Jilid I, edisi keenam, Jakarta : Bina Aksara
- Golis, Christoper 1993. *Menjual dengan Empati*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi VII, Jilid I, Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto, 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia 2*, Edisi VIII, Jilid II, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi VIII, Jilid I, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid I, Jakarta: Prenhallindo.
- Lamb, Charles. W, Joseph F. Hair, Carl McDaniel, 2001. *Pemasaran*, Edisi V, Jilid I, Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi I, Jakarta : Salemba Empat.
- Mowen, J.C. dan M. Minor, (2001), *Perilaku Konsumen.*, Jilid 1, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Mudrajad, Kuncoro, 2003, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta : Erlangga.

- Prasati, Chaniago, Sutars. 2003. *Pengaruh relationship marketing terhadap kepuasan pelanggan dalam industri jasa asuransi jiwa*. Ventura vol. 6 No. 2, Agustus
- Rismiati, Catur. E dan Ig. Bondan Suratno. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*, Edisi I, Yogyakarta: Kanisius
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Santoso, Singgih, Fandy Tjiptono 2001. *Riset Pemasaran*. Elek Media Komputindo, Jakarta.
- Stanton, William, 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jilid I, Edisi Ketujuh, Erlangga, Jakarta.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi I, Cetakan III, Yogyakarta : BPFE.
- Tjiptono, Fandy, (2003). *Strategi Pemasaran*. Edisi kelima, Cetakan kedua, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.