

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kerupuk Tengiri

“King Naya” di Cilacap



Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Untuk
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana**

DISUSUN OLEH:

Albertus Andika

11 11 0045

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS : BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2014

The Consumers Satisfaction Toward “King Naya” Mackerel Crackers

Analysis in Cilacap



Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Untuk
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana**

DISUSUN OLEH:

Albertus Andika

11 11 0045

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS : BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KERUPUK TENGIRI "KING NAYA" DI CILACAP

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ALBERTUS ANDIKA

11 11 0045

Dalam Ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

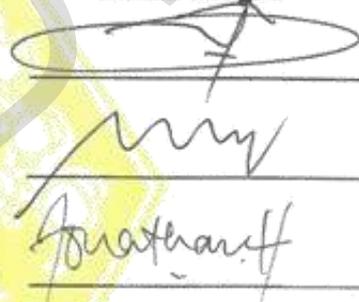
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal ... 12 DEC 2014

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. *Petra Surya Mega Wijaya, SE., MSi* :
(Ketua Tim)
2. *Dra. Ety Istriani, MM* :
(Dosen Penguji)
3. *Jonathan Herdioko, SE., MM* :
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, 16 DEC 2014

Disahkan oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen



Dr. Singgih Santoso, MM



Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KERUPUK TENGIRI
"KING NAYA" DI CILACAP

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari 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,



ALBERTUS ANDIKA

11 110045

MOTTO

Bila anda berani bermimpi tentang sukses berarti anda sudah memegang kunci kesuksesan hanya tinggal berusaha mencari lubangnya kuncinya untuk membuka gerbang kesuksesan

(John Savique Capone)

Kebahagiaan anda tumbuh berkembang manakala Anda turut membantu orang lain. Namun, bilamana anda tidak mencoba membantu sesama, kebahagiaan akan layu dan mengering. Kebahagiaan bagaikan sebuah tanaman; harus disirami setiap hari dengan sikap dan tindakan memberi.

(J. Donald Walters)

Apa pun tugas hidup anda, lakukan dengan baik. Seseorang semestinya melakukan pekerjaannya sedemikian baik sehingga mereka yang masih hidup, yang sudah mati, dan yang belum lahir tidak mampu melakukannya lebih baik lagi.

(Martin Luther King)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk :

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Kedua orang tua saya yang memelihara dan mendidik saya serta memberi semangat saya.
3. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, terkhusus kepada Ibu Dra. Ety Istriani, MM yang telah membimbing saya selama penulisan skripsi ini.
4. Saudara-saudara saya yang telah memberikan dukungan dan motivasi supaya tetap semangat.
5. Semua teman-teman saya yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada saya,

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan berkatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KERUPUK TENGIRI “KING NAYA” DI CILACAP.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana khususnya kepada Ibu Dra. Ety Istriani, MM sebagai dosen pembimbing.
2. Serta kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan kepada penulis baik secara moral maupun materil hingga penulis mampu menyelesaikan studi.
3. Seluruh teman-teman penulis di Fakultas Bisnis program studi Manajemen yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya.
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan, serta bantuannya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 29 November 2014

Albertus Andika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	5

1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Konsep Pemasaran	7
2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	8
2.4 Kepuasan Konsumen.....	12
2.5 Perilaku konsumen	13
2.6 Faktor- Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	14
2.7 Kerangka Penelitian	17
2.8 Hipotesis.....	17
2.9 Penelitian terdahulu.....	18
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1.Ruang Lingkup Penelitian.....	19
3.2.Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.3.Bentuk Penelitian	19

3.4.Sumber Data.....	20
3.4.1.Data Primer	20
3.4.2.Data Sekunder	20
3.5.Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5.1.Kuesioner atau Angket.....	21
3.5.2.Dokumentasi	21
3.6.Populasi dan Sampel	22
3.6.1.Populasi.....	22
3.6.2.Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.7.Definisi Variabel Operasional dan Pengukuran.....	23
3.7.1.Variabel Penelitian.....	23
3.7.2. Pengukuran Variabel.....	24
3.8.Model Analisis Data.....	25
3.8.1.Uji Validitas dan Reliabilitas	25
3.8.2.Alat Analisis Data	27

BAB IV

ANALISIS DATA	30
4.1.Pengukuran Data	30
4.1.1.Analisis Validitas	30
4.1.2.Analisis Reliabilitas	32
4.2.Hasil Pengolahan Data	33
4.2.1 Analisis Persentase.....	33
4.2.2.Analisis Indeks Kepuasan Konsumen.....	37
4.2.3.Analisis Chi-Square	43
1) Analisis jenis kelamin terhadap kepuasan konsumen	43
2) Analisis usia terhadap kepuasan konsumen	44
3) Analisis pendidikan terhadap kepuasan konsumen	46
4) Analisis pekerjaan terhadap kepuasan konsumen..	47
5) Analisis pendapatan terhadap kepuasan konsumen	49
4.3. Produk Kerupuk Tengiri.....	50

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1. Simpulan.....	51
5.2. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	54
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	55
LAMPIRAN 2 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	60
LAMPIRAN 3 HASIL FREQUENCY PROFIL RESPONDEN..	64
LAMPIRAN 4 HASIL PERHITUNGAN INDEKS KEPUASAN KONSUMEN.....	67
LAMPIRAN 5 HASIL ANALISIS CHI-SQUARE.....	74
LAMPIRAN 6 TABEL r.....	83
LAMPIRAN 7 TABEL CHI-SQUARE.....	85
LAMPIRAN 8 SURAT IJIN PENELITIAN.....	87
LAMPIRAN 9 SURAT KETERANGAN DARI KING NAYA ..	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	17
---------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Untuk Kepentingan dan Kinerja	31
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan dan Kinerja	32
Tabel 4.3 Persentase jumlah responden berdasarkan jenis kelamin	33
Tabel 4.4 Persentase jumlah responden berdasarkan tingkat usia	34
Tabel 4.5 Persentase jumlah responden berdasarkan pendidikan	35
Tabel 4.6 Persentase jumlah responden berdasarkan pekerjaan	35
Tabel 4.7 Persentase jumlah responden berdasarkan pendapatan	36
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Mean Kepentingan (IM).....	38
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Mean Kinerja (PP)	40
Tabel 4.10 Chi-Square krupuk tengiri King Naya	50

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap produk kerupuk tengiri King Naya di Cilacap. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah produk, harga, dan distribusi. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen krupuk tengiri King Naya di Cilacap dengan sampel 100 responden. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive sampling*, yaitu responden yang telah membeli dan mengkonsumsi produk krupuk tengiri King Naya minimal 2 kali. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan kemudian data dianalisis menggunakan Indeks Kepuasan Konsumen.

Kesimpulan setelah pengolahan data adalah konsumen krupuk tengiri King Naya berdasarkan jenis kelamin kebanyakan laki-laki, usia responden kebanyakan 19 – 25 tahun, pendidikan SMU sebanyak 54 dari 100 responden, pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 66 dari 100 responden. Pendapatan responden kebanyakan berpendapatan Rp 1.001.000,00 - Rp 1.500.000,00. Hasil perhitungan analisis Indeks Kepuasan Konsumen adalah sebesar 198,45 dari skala 12 – 300. Berdasarkan hasil Indeks Kepuasan Konsumen tersebut dapat dilihat bahwa sikap konsumen berada pada tingkat puas/ memuaskan. Dan setelah melakukan pengolahan data menggunakan Chi-Square hasilnya adalah tidak ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap kerupuk tengiri King Naya berdasarkan profil responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

Kata Kunci : Indeks Kepuasan Konsumen, Chi-Square, Konsumen.

ABSTRACT

This study is aimed to analyze the consumers satisfaction on King Naya mackerel crackers in Cilacap. The independent variable in this study is product, price, and distribution. While the dependent variable in this study is consumer satisfaction.

This study was conducted on King Naya mackerel crackers in Cilacap with a sample of 100 respondents. The sample in this study were taken by purposive sampling method, which was of respondents who bought and consumed King Naya mackerel cracker products at least two (2) times. The data was collected by spreading questionnaires and data was analyzed by using the Consumer Satisfaction Index.

Conclusion after data processing is consumer of King Naya mackerel crackers by gender is mostly male, age of the respondents mostly 19 – 25 years old, senior high school education as much as 54 respondents and, 66 respondents occupations are students. Income of the respondents mostly Rp 1,001,000.00 - Rp 1.500.000,00. The results of the analysis calculation Consumer Satisfaction Index is equal to 198.45 of the scale of 12 - 300. Based on the Consumer Satisfaction Index can be seen that the attitude of the consumer is at the level of satisfied/ satisfactory. From the testing result it was discovered that no difference in consumer satisfaction with King Naya mackerel crackers based on the profile of the respondents such as gender, age, education, occupation, and income.

Keywords : Consumer Satisfaction Index, Chi-Square, Consumer.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada jaman globalisasi saat ini persaingan antar produsen sangat tinggi. Produsen-produsen kecil di daerah sulit untuk dapat melakukan penetrasi pasar karena bermunculan produk serupa dari produsen besar yang telah menguasai pasar di Indonesia.

Salah satu jenis makanan yang cukup banyak digemari masyarakat adalah kerupuk. Kerupuk atau krupuk adalah makanan ringan yang dibuat dari adonan tepung tapioka dicampur bahan perasa seperti udang atau ikan. Kerupuk dibuat dengan mengukus adonan sampai matang, kemudian dipotong tipis-tipis, dikeringkan di bawah sinar matahari sampai kering dan digoreng dengan minyak goreng yang banyak. Kerupuk bertekstur garing dan sering dijadikan pelengkap untuk berbagai makanan Indonesia seperti nasi goreng, gado-gado, dan lain- lainnya. Kerupuk merupakan makanan kudapan yang bersifat kering, ringan yang terbuat dari bahan yang mengandung pati yang cukup tinggi. Kerupuk merupakan makanan kudapan yang populer, mudah cara membuatnya beragam warna dan rasa, disukai oleh segala lapisan usia (Wahyuni, 2007).

Kerupuk pada dasarnya dibagi menjadi dua jenis yaitu kerupuk halus dan kerupuk kasar. Kerupuk kasar dibuat hanya dari bahan pati yang ditambah bumbu, sedangkan kerupuk halus ditambah lagi dengan bahan berprotein seperti ikan sebagai bahan tambahan. Kerupuk tapioka mempunyai kandungan protein yang rendah. Hal ini dikarenakan kadar protein yang rendah. Hal ini dikarenakan kadar protein bahan

baku yang digunakan (tepung tapioka) rendah. Penambahan ikan, tepung udang dan sumber protein lainnya pada adonan kerupuk diharapkan akan meningkatkan kandungan protein kerupuk yang dihasilkan (Wijandi *et al.*, 1975).

Kerupuk ikan tengiri adalah makanan khas oleh- oleh dari Kota Cilacap, makanan khas ini sudah ada sejak 30 tahun yang lalu. Kemajuan demi kemajuan dan perubahan- perubahan terjadi di kota Cilacap, demikian pula dengan perkembangan produksi kerupuk ikan tengiri. Salah satu produk kerupuk tengiri yang sedang berkembang dengan pesat adalah kerupuk tengiri “King Naya”. Kerupuk yang menggunakan bahan baku Ikan Tengiri, karena ikan tengiri mengandung Omega 3 yang sangat bagus untuk perkembangan otak manusia. Kerupuk ikan tengiri merk King Naya mulai berproduksi sejak awal Januari 2005. Merk ini diambil dari cucu pertama yaitu Nayaka yang artinya pemimpin. Visi menjadi salah satu leader terbesar di market produksi krupuk ikan Tengiri khas Cilacap.

Berdasarkan pemikiran- pemikiran diatas maka saya bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kerupuk Tengiri “King Naya” di Cilacap”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

- a. Apakah konsumen sudah merasa puas terhadap kerupuk Tengiri merk “King Naya” di Cilacap?
- b. Apakah ada perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan profil responden?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan perlu dibuat agar penelitian tidak terlalu luas dan spesifik, sesuai dengan tujuan perumusan masalah. Maka penulis membatasi penelitian hanya pada :

1.3.1 Penelitian hanya dilakukan pada konsumen kerupuk tengiri “King Naya” di Cilacap.

1.3.2 Menyebarkan 100 kuesioner kepada responden di wilayah Cilacap.

1.3.3 Profil responden meliputi :

a. Jenis kelamin :

- 1) Pria
- 2) Wanita

b. Usia :

- 1) ≤ 18 tahun
- 2) 19 – 25 tahun
- 3) 26 – 35 tahun
- 4) 36 – 45 tahun
- 5) ≥ 46 tahun

c. Pendidikan terakhir :

- 1) SMU / SMK / Sederajat
- 2) Akademi (D1, D2, D3)
- 3) Sarjana (S1, S2, S3)

d. Pekerjaan :

- 1) Pegawai Negeri / Swasta
- 2) Wiraswasta
- 3) Ibu Rumah Tangga

4) Pelajar / Mahasiswa

5) Lain-lain

e. Pendapatan :

1) \leq Rp 500.000,00

2) Rp 501.000,00 – Rp 1.000.000,00

3) Rp 1.001.000,00 – Rp 1.500.000,00

4) Rp 1.501.000,00 – Rp 2.000.000,00

5) \geq Rp 2.001.000,00

1.3.4 Atribut yang diteliti meliputi :

a. Produk

1) Rasa Krupuk (renyah, gurih, enak)

2) Krupuk selalu baru.

3) Kemasan (bersih, rapi, mudah dibuka)

4) Kualitas kerenyahan krupuk.

b. Harga

1) Harga sesuai dengan kualitas

2) Harga terjangkau

c. Distribusi

Mudah diperoleh.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis :

- a. Puas tidaknya konsumen terhadap Krupuk Tengiri King Naya.
- b. Menganalisis ada tidaknya perbedaan kepuasan konsumen ditinjau dari profil.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan untuk sejumlah pihak, diantaranya adalah :

- a. Bagi perusahaan

Berguna sebagai bahan pertimbangan, masukan dan evaluasi agar dapat meningkatkan kualitas produk.

- b. Bagi penulis

Sebagai sarana menerapkan ilmu dalam kehidupan nyata, serta menambah pengetahuan dan menjadi sarana untuk berlatih melakukan penelitian.

- c. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan maupun informasi bagi pihak- pihak yang membutuhkan atau sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan digunakan sebagai bahan perbandingan dalam melakukan penelitian yang lebih mendalam.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran dari seluruh hasil penelitian berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada konsumen krupuk tengiri King Naya di Cilacap.

5.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap 100 responden dan kemudian menganalisa data yang diperoleh, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Profil Responden

Profil responden berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden sebagian besar konsumen adalah laki-laki sebesar 60% (60 responden), berusia sekitar 19 – 25 tahun sebesar 72% (72 responden), lebih dari setengahnya yang berpendidikan SMU/ SMK/ Sederajat sebesar 54% (54 responden), berdasarkan pekerjaan prosentase terbanyak adalah sebagai pelajar/ mahasiswa sebanyak 66% (66 responden), dan sepertiga bagian besar konsumen memiliki pendapatan Rp 1.001.000,00 – Rp 1.500.000,00 yaitu sebesar 38% (38 responden).

2. Kepuasan konsumen berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan analisis Indeks Kepuasan Konsumen adalah sebesar 198,45 dari skala 12 – 300 dari indeks tersebut dapat dilihat konsumen merasa PUAS terhadap kinerja krupuk tengiri King Naya yang meliputi kualitas kerenyahan krupuk, rasa krupuk lezat, aroma tidak bau tengik, produk yang selalu baru, harga yang sesuai dengan kualitas, kemudahan saat dibawa, produk yang mudah

diperoleh, merk, ketahanan produk (*expired*), harga yang terjangkau, kemasan yang mudah dibuka, dan desain kemasan yang menarik.

3. Berdasarkan analisis dan perhitungan Chi-Square terhadap 5 atribut yaitu : jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap krupuk tengiri King Naya berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang telah diambil, maka penulis memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan krupuk tengiri King Naya dalam pengembangannya dimasa yang akan datang, adalah sebagai berikut :

1. Mempertahankan kualitas kinerja krupuk seperti kerenyahan krupuk, rasa dari krupuk tersebut, dan aroma yang tidak bau tengik.
2. Perusahaan harus memperhatikan juga dari segi harganya, dengan membuat harga yang lebih terjangkau semua kalangan paling tidak harga sesuai dengan kualitas kinerja produk krupuk tersebut yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen kerupuk tengiri King Naya.
3. Dan untuk pendistribusian produk supaya ditingkatkan lagi, agar konsumen mudah mendapatkannya dan tentunya akan semakin dikenal oleh masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodelogi penelitian*. Bina Aksara, Yogyakarta.
- Engel, James F, Blackwell, Roger D dan Miniard, Paul W, 1994. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong, 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran (Principles of Management)*, Prentice Hall Inc
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management An Asian Perspective*. 3rd edition. Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Cetakan Kedua, PT. Indeks, Jakarta.
- Peter dan Olson. 2000. *Consumer Behaviour*. Edisi 4, Jilid 2, : Erlangga, Jakarta.
- Stanton, William J. 1987. *Prinsip Pemasaran*. Ghalia, Jakarta.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Pusat Bahasa Depdiknas, Bandung.
- Swastha, Basu dan Sukotjo. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Swastha dan Hani Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Uma Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.