

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP TINGKAT PELAYANAN “GAOL”  
FUTSAL DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**disusun oleh:**

**BRIAN CUTRATAMA SARRANG**

**11084657**

**FAKULTAS BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2014**

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP TINGKAT PELAYANAN “GAOL”  
FUTSAL DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

**BRIAN CUTRATAMA SARRANG**

**NIM : 11084657**

**Jurusan : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2014**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul :

“KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP TINGKAT PELAYANAN GAOL FUTSAL DI

YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**Brian Cutratama Sarrang**

11084657

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... 18 JUN 2014 .....

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

1. Dra.Purwani Retno Andalas, MM. :

(Ketua Tim)

2. Dra. Ety Istriani, MM :

(Dosen Penguji)

3. Jonathan Herdioko, Se, MM :

(Dosen Penguji )

Yogyakarta,..... 24 JUN 2014 .....

**Disahkan Oleh :**

Dekan,



**Dr. Singgil Santoso, MM**

Wakil Dekan 1 Manajemen

an

**Petra Surya Mega Wijaya, SE, MM**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP TINGKAT PELAYANAN GAOL  
FUTSAL DI YOGYAKARTA.**

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, ... 15 Juni 2014 .....



Brian Cutratama Sarrang

11084657

## **Halaman Motto**

**Dan segala sesuatu yang kamu lakukan dengan perkataan atau perbuatan, lakukanlah semua itu dalam nama Tuhan Yesus, sambil mengucap syukur oleh Dia kepada Allah, Bapa kita.**

**(Kolose 3:17)**

© SUKDOM

## **Halaman Persembahan**



**Skripsi ini saya persembahkan kepada :**

**Tuhan Yesus Kristus**

**Ayah dan Ibu tercinta**

**Adik-adik tercinta**

**Pak Jonathan H**

**Almamaterku Universitas Kristen Duta Wacana**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kasih sayang, perlindungan, serta tuntunannya selama saya menyelesaikan skripsi ini. Tanpa Dia skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Selama saya melakukan proses penelitian ini, banyak bantuan maupun dukungan yang saya dapatkan dari orang-orang terdekat. Saya tidak akan bias menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dan dukungan dari mereka. Oleh karena itu saya sangat mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang sudah memberikan saya kesehatan dan tuntunannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan motivasi dan doa selama saya mengerjakan skripsi ini.
3. Adik – adik saya yang turut mendoakan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Jonathan Herdioko selaku pembimbing saya yang selalu memotivasi dan menuntun saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen – dosen yang telah sabar dalam mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan sehingga bias saya gunakan dalam penyelesaian skripsi.

6. Cila, Eky, Rinus, Febry, Reymond, Erwin, Edgart, Anto, Ian, Sandy, Lucy, Gerardo, Mika, Aan, Wilson, Rian, Aldo, dan Natan yang telah memberikan dukungan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. IKASKIBAR yang menjadi wadah belajar berorganisasi selama saya berada di Yogyakarta.
8. Teman – teman saya yang berada dikampus khususnya jurusan manajmen yang selalu bersama-sama dalam suka dan duka perkuliahan sampai lulus.
9. Teman-teman yang belum saya sebutkan namanya telah memberikan doa kepada saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.

©UKDWN

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengajuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Keaslian Skripsi .....	iv
Halaman Motto .....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstraksi .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Pengertian Pemasaran .....	7

2.2. Manajemen Pemasaran .....	8
2.3. Konsep Pemasaran .....	8
2.4. Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	10
2.5. Strategi Pemasaran.....	14
2.6 Perilaku Konsumen .....	15
2.7. Kepuasan Konsumen .....	22
2.8. Penelitian Terdahulu .....	26
2.9. Pengembangan Hipotesis.....	27
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Definisi Data .....	28
3.2. Sumber Data.....	28
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4. Metode Populasi dan Pengambilan Sampel.....	30
3.5 Varabel dan Pengukurannya .....	31
3.6 Pengukuran Variabel.....	32
3.7 Metode Statistik dan Uji Hipotesis .....	33
 <b>BAB IV ANALISIS DATA</b>	
4.1. Pengolahan Data .....	39
4.2. Analisis Prosentase .....	41
4.3. Indeks Kepuasan Konsumen.....	44
 <b>BAB V SIMPULAN dan SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	54

5.2. Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>56</b>

©UKDW

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Konsep Kepuasan Pelanggan .....	23
Gambar 2.2.	Alternatif Tindakan Konsumen Akibat Ketidak Puasan.....	24
Gambar 2.3.	Konsep Penelitian .....	27
Gambar 4.1.	Indeks Kepuasan Konsumen.....	50

©UKDW

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4.1.	Hasil Uji Validitas untuk instrumen bagian kepentingan.....	40
Tabel 4.2.	Hasil Uji Validitas untuk instrumen bagian kinerja.....	40
Tabel 4.3.	Hasil Uji Reabilitas Bagian Kepentingan dan Kinerja.....	41
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.5.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.6.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	43
Tabel 4.7.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	43
Tabel 4.8.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
Tabel 4.9.	Hasil Tingkat Kepentingan.....	45
Tabel 4.10.	Urutan Tingkat Kepentingan.....	46
Tabel 4.11.	Hasil Tingkat Kepuasan.....	48
Tabel 4.12.	Urutan Tingkat Kepuasan.....	49
Tabel 4.13.	Indeks Kepuasan Konsumen per Atribut.....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Jawaban Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Uji Validitas Prosentase Profil Responden
- Lampiran 5 Uji Analisis Indeks Kepuasan Konsumen
- Lampiran 6 Surat Ijin BAPPEDA
- Lampiran 7 Rata-Rata IKK

©UKYDWN

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis saat ini semakin berkembang khususnya pada bisnis lapangan futsal di Yogyakarta. Persaingan untuk merebut minat konsumen terjadi sangat ketat demi mengembangkan bisnis. Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar yang memiliki jumlah pelajar/mahasiswa yang tinggi karena banyak anak muda yang melanjutkan sekolah di Yogyakarta. Anak muda inilah yang menjadi pasar utama dari bisnis Lapangan Futsal.

Pada kesempatan ini penulis akan meneliti salah satu jasa lapangan futsal yang termasuk memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik. Penulis akan meneliti apakah konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang dimiliki Gaol futsal dan atribut apa yang paling penting bagi konsumen Gaol Futsal. Atribut yang akan diteliti adalah Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Untuk mendapatkan hasil dari penelitian maka akan digunakan analisis Indeks Kepuasan Konsumen (IKK). Selain Indeks Kepuasan Konsumen (IKK), Analisis Prosentase juga dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden.

Dari hasil penelitian yang sudah didapatkan diketahui bahwa konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang dimiliki Gaol Futsal dan atribut yang penting menurut konsumen Gaol Futsal adalah Kualitas Lapangan dengan nilai 140,416

Kata Kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Futsal, Kepuasan

## ABSTRACT

Business developments nowadays are developing very well especially for futsal fields in Yogyakarta. The Rivalry to attract the consumer attention went so tight to develop their business. Yogyakarta is known as a town or place for students, therefore this city have very high number of students, caused by many higher education available in Yogyakarta, these youngster are the main market for futsal fields business.

Here, the author did a research in one of futsal field provisioned that has good facility and service. The author will investigate either the consumer satisfactions about the services at the Gaol futsal and what attribute has the highest ranked point among the users. Attribute that will be investigate are Product, Price, Place, and Promotion. The author uses the Customer Satisfaction Index (CSI) analysis method will be used. Beside the Customer Satisfaction Index analysis, the profile percentage analysis was also performed to determine the respondents' characteristics.

From the research result that already attain, knows that the consumer are satisfied with the service that Gaol futsal provided and the important attribute according to the Gaol Futsal consumer is the field quality with value 140,416.

Key words: Product, Price, Place, Promotion, Futsal, Satisfactions

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1.LATAR BELAKANG MASALAH

Pemasaran adalah suatu proses dan manajeral yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain *atau* segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen. Setiap perusahaan harus memandang penting peran pemasaran demi mencapai tujuan perusahaan. Karena sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Dengan demikian pelanggan atau konsumen akan merasa puas dengan apa yang kita berikan.

Dalam memberikan kepuasan bagi konsumen ini setiap tempat futsal menyediakan beragam keunggulan yang mereka miliki demi menarik dan memuaskan pelanggan seperti menyediakan beberapa alat fitness untuk membantu konsumen pemanasan sebelum bertanding, menyediakan lingkungan yang bersih agar konsumen tetap merasa nyaman seperti kamar mandi yang selalu bersih dan tidak berbau busuk, menyediakan alat elektronik seperti tv agar para konsumen bisa melihat pertandingan-pertandingan olahraga yang mungkin mereka lewatkan dan masih banyak lagi. Dalam perkembangan jaman yang semakin maju ini membawa dampak yang menjadikan kehidupan manusia semakin modern, yang

menuntut keinginan dan kebutuhannya yang semakin kompleks. Hal ini dapat dibuktikan bahwa pada masa sekarang ini semakin banyak orang yang ingin berolahraga sepakbola dan memiliki tubuh yang sehat.

Setiap orang pasti memiliki keinginan bisa bermain sepak bola dan hidup sehat yang dapat ditempuh dengan berbagai upaya. Salah satu cara yang ditempuh dengan bermain futsal ditempat-tempat futsal yang ada. Itu dilakukan konsumen demi menimbulkan rasa percaya diri dan penampilan mereka. Dengan semakin meningkatnya keinginan konsumen untuk dapat berolahraga dan hidup sehat, maka mendorong konsumen untuk mendaftarkan diri pada tempat-tempat futsal yang ada. Hal inilah yang mendorong pemilik lapangan futsal untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya guna menarik minat konsumen yang ada.

Persaingan industri futsal saat ini sangatlah ketat mereka masing-masing memberikan pelayanan yang terbaik demi menarik konsumen. Saya berharap setiap perusahaan menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam pemilihan suatu produk, konsumen dipengaruhi oleh atribut-atribut yang melekat pada setiap produk yang ditawarkan. Atribut-atribut tersebut yaitu biaya-biaya yang ditawarkan, kenyamanan pada saat latihan, fasilitas yang ditawarkan, kelengkapan alat atau kostum latihan, dan lainnya. Dengan atribut-atribut ini perusahaan dituntut mengadakan penelitian tentang perilaku konsumen. Hal ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa aja yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari setiap harapan yang ada dibenak konsumen.

Dalam penelitian ini akan menganalisis tentang sikap konsumen yang mempengaruhi pembelian suatu barang atau jasa yang memanfaatkan posisi perusahaan dalam menghadapi setiap pesaing. Karena itu setiap perusahaan harus merancang suatu usaha yang memastikan semua informasi yang disampaikan perusahaan tentang produk dapat menciptakan persepsi yang diinginkan dibenak konsumen. Jadi persepsi ini dibentuk berdasarkan pengalaman yang dialami 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 keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda dalam memilih lapangan futsal yang ada, di mana masing-masing lapangan futsal menyediakan keunggulan yang berbeda-beda pula. Untuk itu penelitian ini hanya membatasi pada lapangan futsal yang ada di Yogyakarta yaitu di Gaol Futsal.

Persaingan yang ketat mengharuskan pengusaha lapangan futsal mampu mengolah, mempertahankan, mempertanggung jawabkan setiap pelayanan yang diberikan dan mengetahui keinginan para konsumen. Tujuannya agar usaha yang dikelola dapat sukses dan dapat terus bersaing. Adapun persaingan yang terjadi meliputi kualitas, harga, pelayanan, serta produk. Di sini perusahaan akan menetapkan strategi pemasaran yang jitu. Contohnya perusahaan berusaha

memenuhi keinginan atau harapan konsumen melalui pemberian respon terhadap apa yang mereka inginkan. Sikap konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu. Apabila konsumen merasa cenderung puas maka mereka akan cenderung menggunakan jasa pelayanan tersebut kembali. Berdasarkan uraian tersebut penulisan ini mengambil judul **“KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP TINGKAT PELAYANAN GAOL FUTSAL DI YOGYAKARTA”**

## **1.2.PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan yang akan diteliti adalah :

- a. Apakah konsumen puas terhadap tingkat pelayanan di Gaol Futsal ?
- b. Atribut apa yang paling penting bagi pengguna Gaol Futsal ?

## **1.3.BATASAN MASALAH**

Masalah yang diambil antara lain :

- a. Obyek yang diteliti adalah tempat futsal dengan nama Gaol Futsal yang beralamat di jalan Jl. Wahid Hasyim Sleman Yogyakarta
- b. Daerah penelitian di Daerah Istimewa Yogyakarta
- c. Responden yang diteliti adalah responden yang pernah menggunakan jasa Gaol Futsal.
- d. Profil responden yang diteliti :
  - Jenis kelamin : Pria / Wanita

- Usia : 16thn – 28thn

28thn – 30thn

- Pekerjaan :

1. Pelajar / mahasiswa
2. Pegawai Negri
3. Pegawai Swasta
4. Wiraswasta
5. Lain - lain

- Tingkat Pendapatan Perbulan :

1. Rendah < 800.000
2. Sedang / menengah 800.000 – 1.000.000
3. Tinggi 1.300.000 – 2.000.000
4. > 2.000.000

- Yang pernah bermain lebih dari lima kali

e. Jumlah responden yang diteliti adalah 100 orang

f. Atribut-atribut yang akan diteliti adalah:

- *Product* : Pelayanan, Lapangan, dan Bola
- *Price* : Harga Sewa Lapangan, Harga Beli Minuman
- *Place* : Lokasi, Kebersihan, dan Tempat
- *Promotion* : Iklan

#### **1.4.TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap gaol futsal
- b. Untuk mengetahui atribut yang paling penting bagi pengguna Gaol Futsal

### **1.5.MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini akan memberikan manfaat kepada :

- a. Bagi penulis

Penelitian ini akan menambah keterampilan dalam menganalisis suatu masalah dan sekaligus dapat menerapkan teori-teori yang diterima dalam bangku kuliah

- b. Bagi perusahaan

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

- c. Bagi pembaca

Untuk menambah pengetahuan, informasi, dan sekaligus sebagai bahan pertimbangan atau perbandingan.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Setelah melakukan semua pengujian yang ada dan melakukan pembuktian-pembuktian bahwa dari data yang terkumpul ada kepuasan konsumen yang terdapa didalamnya, maka pada bab ini penulis akan membuat simpulan dari apa yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

Seprti yang tela diketahui sebelum mengolah data penulis menyebarkan kuisisioner terlebih dahulu untuk mngumpulkan data. Penyebaran kuisisioner itu diberikan kepada responden yang manggunakan jasa Gaol Futsal. Jumlah dari responden yang telah mengisi kuisisioner adalah 100 responden. Dari penyebaran tersebut, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan data yang telah diolah, resonden yang menggunakan jasa Gaol Futsal lebih dominan berjenis kelamin pria yang memiliki usia sekitar 16-22 tahun dan memiliki pendidikan terahir SMA/ sederajat, juga pekerjaan yang dimiliki lebih dominan pelajar/mahasiswa yang memiliki pendapatan Rp 1.300.000-Rp 2.000.000
- b. Setelah mengolah data yang ada maka ditemukan hasil dari pengolahan data pada bagian IKK sebesar 140,416 dan letak posisi IKK pada skala terletak pada range antara interval puas.
- c. Selain itu kita juga mendapatkan hasil perolehan IKK yang telah dianalisis menggunakan alat analisis yang ada. Berdasarkan hasil dari pengolahan

diperoleh IKK terbesar adalah pelayanan karyawan dengan hasil sebesar 16,9623

## 5.2 SARAN

Pada bab ini penulis akan memberikan beberapa saran agar perusahaan dapat lebih berkembang lagi:

- a. Telah dijelaskan pada bab sebelumnya manfaat dari penelitian ini bagi penulis maupun perusahaan. Dengan penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan usahanya menjadi lebih baik lagi. Karena didalam penelitian ini terdapat hal-hal yang dapat membantu perusahaan untuk berkembang lebih jauh.
- b. Dengan melihat hasil penelitian ini maka perumusan masalah yang tertulis pada bab sebelumnya telah terjawab. Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Gaol futsal dan atribut yang paling penting pada Gaol futsal adalah kualitas lapangan.
- c. Untuk itu perusahaan bisa lebih mengembangkan lagi apa atribut-atribut yang konsumen rasa puas agar konsumen dapat terus menggunakan jasa Gaol Futsal. Dan atribut-atribut yang menurut konsumen belum puas harus lebih dikembangkan demi kemajuan perusahaan.
- d. Bagi pengamat selanjutnya disarankan untuk menambah variable-variabel yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen seperti adanya alat fitnes yang disediakan untuk melengkapi pelatihan konsumen Lapangan Futsal karena itu juga dapat mempengaruhi konsumen untuk terus menggunakan Lapangan

Futsal tersebut. Atau juga variable lain seperti adanya tempat hiburan seperti biliar yang ada di dekat Lapangan Futsal tersebut.

©UKDW

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saefuddin. 1986. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Liberty.
- Engel F, James, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*, Edisi VI, Jilid I, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2004), **Dasar-Dasar Pemasaran**. Alih Bahasa, Alexander Sindoro, Jilid 1, Edisi kesembilan, Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip, 2003, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Milenium, Jakarta Prenhallindo.
- Kotler, Philip (2002), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Milenium, Jakarta. PT. Prebalindo,.
- Konsumen, Edisi I*, Cetakan 3, Yogyakarta: BPFE
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen, Edisi I*, Cetakan 3, Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono, 2004. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2010. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 1995, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta. Andy Offset.
- Umar, Husein., 2000. **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.