

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PD. SINAR
MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

PERJUANGAN HIDUP MANAO

NPM.1601110105

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2020

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Perjuangan Hidup Manao
Nomor Pokok : 16.01.11.0105
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Stara 1 (S1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul : PENGARUH PROMOSI, KUALITAS DAN
DESAINPRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA PD. SINAR MAS
HAKASIMA CABANG PALEMBANG.

Pembimbing Skripsi,

Tanggal 22/10/20 Pembimbing I : Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M

NIDN : 0212116401

Tanggal 24/10/20 Pembimbing II : M. Said, SE, M.Si

NIDN : 0217046401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Tanggal

Dr. Msy. Mikial, S.E, M.si, Ak, CA, CSRS

NIDN : 0205026401



Motto :

- ✚ “Kita mengasihi, karena Allah lebih dahulu mengasihi kita.”(1 Yoh 4 : 19)
- ✚ “Hendaklah kamu selalu rendah hati, lemah lembut, dan sabar. Tunjukkanlah kasihmu dalam hal saling membantu.”

Kupersembahkan kepada :

- ✚ Tuhan Yang Maha Esa
- ✚ Bapak dan mamaku tersayang
- ✚ Adik-adikku yang ku sayangi
- ✚ Para pendidiku yang kuhormati
- ✚ Sahabat-sahabatku
- ✚ Kekasih yang kucintai
- ✚ Teman-temanku
- ✚ Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Perjuangan Hidup Manao

Nomor Pokok : 1601110105

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, September 2020

Penulis



Perjuangan Hidup Manao

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera buat kita semua,

Segala puji dan syukur hanya bagi Tuhan Yang Maha Kuasa, Oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “PENGARUH PROMOSI, KUALITAS DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG”

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, Penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat saran, dukungan, bimbingan serta keterangan-keterangan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membukakan mata penulis bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru yang terbaik bagi penulis. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung sehingga terselesaikan penelitian ini, perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP, selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy.Mikial,S.E,M.si,Ak.CA,CSRSselaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Dr .Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M ,selaku Dosen Pembimbing I.
5. Bapak M. Said, SE,M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang selalu bijaksana memberikan bimbingan, nasehat serta waktunya selama penelitian dan penulisan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada seluruh staf pegawai dan kepada seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat.
7. Terimakasih kepada orang tuaku tersayang yang banyak memberikan arahan dan kasih sayang serta doa yang tulus dan tidak akan bisa penulis balas.
8. Untuk adik-adikku dan kakak-kakakku yang tersayang selalu memberikan doa dan semangat dalam penelitian ini.
9. Terimakasih kepada seluruh Keluarga Besar yang telah memberikan doa kepada penulis.
10. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku dan semuanya yang berperan penting, selalu memberikan motivasi, semangat dan dukungan selama penelitian ini dilakukan.

11. Saya ucapkan terimakasih kepada seluruh mahasiswa/i jurusan Manajemen atas kerjasamanya selama perkuliahan hingga terselesaikan penelitian ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya selalu. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi semua pihak dan ilmunya dapat berguna dan bermanfaat dikemudian hari. Ucapan terimakasih sudah sepantasnya saya ucapkan kepada seluruh pihak yang terkait yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu semoga diberikan kesehatan yang berlimpah.

Amin...

Palembang, September 2020

Penulis,

Perjuangan Hidup Manao

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	4
1.3	Tujuan Penelitian	5
1.4	Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Kajian Teoritis.....	8
2.1.1	Pengertian Promosi	8
2.1.1.1	Tujuan Promosi	12
2.1.2	Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.1.2.1	Manfaat Kualitas Produk.....	15
2.1.2.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	19

	Halaman
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	22
2.1.3 Pengertian Desain Produk	23
2.1.3.1 Fungsi Desain Produk	24
2.1.3.2 Indikator Desain Produk	25
2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian Produk	26
2.1.4.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	27
2.1.4.2 Manfaat Keputusan Pembelian Produk.....	34
2.1.4.3 Proses Keputusan Pembelian Produk.....	35
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian Produk.....	37
2.2 Penelitian yang Relevan	38
2.3 Kerangka Berfikir.....	39
2.4 Hipotesis Penelitian.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	43
3.1.1 Tempat Penelitian.....	43
3.1.2 Waktu Penelitian	43
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.2.1 Sumber Data.....	44
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	45
3.4 Rancangan Penelitian	47
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
3.5.1 Variabel Penelitian	47
3.5.2 Definisi Operasional.....	49

	Halaman
3.6	Instrumen Penelitian.....52
3.6.1	Uji Validitas54
3.6.2	Uji Reabilitas.....55
3.7	Teknik Analisis Data.....55
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif56
3.7.2	Analisis Statistik Inferensial56
3.7.2.1	Uji Asumsi Klasik57
3.7.2.2	Regresi Linier Berganda58
3.7.2.3	Koefisien Korelasi59
3.7.2.4	Koefisien Determinasi.....59
3.8	Uji Hipotesis Penelitian.....60
3.8.1	Uji Simultan (Uji F)60
3.8.2	Uji parsial (Uji t)61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian62
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....62
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....63
4.1.2.1	Visi Perusahaan.....63
4.1.2.2	Misi Perusahaan63
4.2	Struktur PD. SINAR MAS HAKASIMA63
4.2.1	Uraian Tugas Struktur Perusahaan.....65
4.3	Interprestasi Penelitian76
4.3.1	Karakteristik Responden77
4.3.2	Analisis Data79

	Halaman
4.3.2.1 Hasil Uji Validitas	79
4.3.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	82
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	83
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.3.5 Analisis Korelasi dan Determinasi	88
4.3.5.1 Uji Koefisien Korelasi	88
4.3.5.2 Uji Koefisien Determinasi	89
4.3.6 Uji Hipotesis	90
4.3.6.1 Hasil Uji F	90
4.3.6.2 Hasil Uji t	91
4.4 Pembahasan	93
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	97
 DAFTAR PUSTAKA	 98
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Relevan.....	38
3.1 Waktu Penelitian	43
3.2 Variabel dan Definisi Operasional.....	50
3.3 Skala Likert	54
3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	59
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	79
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_1).....	80
4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas (X_2).....	80
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk (X_3)	81
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	81
4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	82
4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	84
4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	87
4.11 Hasil Uji Koefisien Korelasi	88
4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	89
4.13 Hasil Uji F.....	91
4.14 Hasil Uji t.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berfikir	40
3.1 Regresi Linier Berganda	58
4.1 Struktur Organisasi PD. SINAR MAS HAKASIMA	64
4.2 Hasil Uji Normalitas	83
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Kuesioner	100
Data Hasil Penelitian.....	102
Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.00.....	103

ABSTRAK

PERJUANGAN HIDUP MANAO. Pengaruh Promosi, Kualitas dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PD. Sinar Mas Hakasima Cabang Palembang (Dibawah bimbingan ibu Dr, Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M dan M. Said,SE, M.Si)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas dan desain produk terhadap keputusan pembelian .Yang menjadi objek penelitian ini adalah PD Sinar Mas Hakasima cabang Palembang.Dalam penelitian ini teknik analisa data menggunakan program SPSS (Statistical package for the social science) versi 24.

Perumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana pengaruh promosi, kualitas dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk PD Sinar Mas Hakasima Cabang Palembang?, Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk PD Sinar Mas Hakasima Cabang Palembang. Jumlah sampel dalam penelitian ini 80 orang dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data-data tersebut, kemudian di kumpulkan di proses dan dianalisis untuk menyelesaikan hubungan antara korelasi antara variabel lainnya melalui pengujian hipotesis.

Promosi (X_1) sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan hasil uji t dengan nilai signifikannya $0,033 (\alpha) < 0,05$.Kualitas (X_2) sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di tentukan dengan hasil uji t dengan nilai signifikan $0,043 < (\alpha) 0,05$.Desain produk (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di tentukan dengan hasil uji t dengan nilai signifikan $0,151 > (\alpha) 0,05$.Secara simultan Pengaruh Promosi (X_1), Kualitas (X_2) dan Desain Produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dapat di lihat dari hasil uji F (ANOVA) dengan nilai signifikannya $0,005 < (\alpha) 0,05$.

Kata Kunci :Promosi, kualitas, desain produk dan keputusan pembelian.

RIWAYAT HIDUP

Perjuangan Hidup Manao, dilahirkan di Palembang pada tanggal 11 Juni 1995, dari Bapak Sifat Manao dan Ibu Sorti Luahambowo. Ia anak ketiga dari lima bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2008 di SDN Tebolo Nias Selatan, Sekolah menengah pertama diselesaikan pada tahun 2012 di SMP Negeri 1 Pulau-pulau batu dan selanjutnya SMA Negeri 1 pada tahun 2015 di Pulau-pulau Batu Nias Selatan, Pada tahun 2016 ia memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, September 2020

Penulis,

Perjuangan Hidup Manao

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku pembeli seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik karena preferensi dan sikap terhadap objek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda, masih banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembeli, Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap barang atau jasa yang kita pasarkan salah satu yang perlu dilakukan adalah melakukan pemasaran yang unik dan modern serta memperhatikan kualitas dan desain barang yang kita tawarkan supaya tidak kalah saing dengan *competitor* yang menjual barang yang memiliki fungsi dan kegunaan yang sama dengan barang yang kita pasarkan.

Pemasaran meliputi beberapa proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan jasa, Penetapan banderol harga dari barang dan jasa tersebut hingga proses promosi maupun pendistribusian yang semuanya memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh keuntungan dari proses pemasaran tersebut; Basudan Hani,(2004;4). Dalam kegiatan pemasaran terdapat tiga komponen

penting yang tidak dapat dilepaskan dalam operasionalisasinya yaitu :Promosi,Kualitas dan desain produk. Promisi adalah upaya sebuah untuk memperkenalkan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon pembeli.

Memperkenalkan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui barang atau prodak yang kita pasarkan.

Kualitas atau mutu produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, kehandalan, kemudahan operasi dan meningkatkan akurasi serta atribut berharga lainnya untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat melakukan program,*total quality management* (TQM) selain mengurangi kerusakan produk tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kualitas nilai total pelanggan.

Desain adalah rancangan suatu produk atau benda yang akan dibuat, desain dapat berupa sketa gambar atau model yang digunakan untuk merancang banyak hal mulai dari perabotan, rumah, karyaseni, pakaian hingga jalan raya. Desain menurut Agus Sachari (2004:68), terjemahan fisik mengenai aspek sosial,ekonomi dan tata hidup manusia, serta merupakan cerminan budaya zamannya desain adalah salah satu manipestasi kebudayaan yang berwujud, Dalam suatu barang harus

memiliki keunikan tersendiri yang bisa memikat hati *costumer*, untuk membeli kembali barang tersebut, walaupun dia sudah memilikinya atau sudah pernah membelinya. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan tiga langkah pertama dalam memasarkan barang atau jasa yaitu, Perusahaan bekerja untuk memahami pelanggan, menciptakan nilai bagi pelanggan, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Sehingga *costumer* merasa nyaman dan diuntungkan dengan pelayanan yang kita berikan dan mengambil keputusan untuk membeli barang atau jasa kita terus menerus sampai kebutuhan dan keinginannya terpenuhi.

PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG adalah Perusahaan bidang peralatan masak memasak yang di import langsung dari Eropa, Italy, Prancis, Portugal, Korea, Taiwan, dan PRC dengan nama Hakasima. Produk-produk Hakasima merupakan inovasi terkini yang berkualitas dan mengutamakan kesehatan konsumen.

Perusahaan ini juga mempunyai jaringan pemasaran yang mencakup seluruh wilayah Indonesia dari Sabang sampai Marauke. Jaringan ini terus dikembangkan dan saat ini merupakan jaringan pemasaran terluas di Indonesia dalam kategorinya. Saat ini permintaan akan peralatan masak yang modern, efisien saat mengutamakan kesehatan semakin meningkat. Melalui produk-produk tersebut, konsumen dapat mempersiapkan makanan dengan cepat, kreatif, sehat dan yang terpenting adalah dapat mempertahankan cita rasa masakan itu sendiri. Perusahaan kami juga memiliki sekolah kuliner di Jakarta, dengan misi

melestarikan khasanah makanan Indonesia dan memperkenalkannya pada dunia Internasional.

Perusahaan ini bangga telah memiliki reputasi terhormat dalam berbagai komunitas dan prestasi nyata yang diraih. Berhasil memperoleh berbagai penghargaan-penghargaan Internasional dan Nasional. Hal ini membuktikan bahwa PD.SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG memiliki produk yang dipercayai dan digemari masyarakat luas. Perusahaan ini juga memperluas kegiatan operasionalnya dengan membentuk divisi-divisi seperti Divisi Retail, Showroom, Direct Selling, Mitra Bisnis Hakasima, Media TV dan Culinary. Seirama dengan perkembangan pasar Perusahaan ini terus bertumbuh dan memperkuat jaringan operasionalnya dan menghadirkan produk-produk baru yang berkualitas dan mengutamakan kesehatan keluarga. Dengan demikian penulis tertarik membahas bagaimana pengaruh promosi, kualitas dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk pada PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG dan akan digunakan sebagai variable bebas yang berpengaruh terhadap keputusan pembeli.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG?
2. Apakah Kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG?
3. Apakah Desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG?
4. Apakah promosi,kualitas dan desain produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk pada PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui,menganalisis dan membuktikan sebagaiberikut:

1. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk pada PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG.
2. Pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian produk pada PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG.
3. Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk pada PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG.

4. Pengaruh promosi, kualitas dan desain produk secara bersama–sama terhadap keputusan pembelian produk pada PD. SINAR MAS HAKASIMA CABANG PALEMBANG.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain tujuan, penulisan penelitian ini juga memiliki manfaat penelitian, antara lain :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, serta wawasan mengenai pengaruh promosi,kualitas dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk pada PD. Sinar Mas Hakasima Cabang Palembang.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam melihat pengaruh promosi ,kualitas dan desain produk terhadap terhadap keputusan pembelian produk pada PD. Sinar Mas Hakasima Cabang Palembang.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini di harap kan dapat memberikan manfaat teoritis atau sebagai referensi bagi mereka yang membutuhkan informasi dalam ilmu ekonomi tentang pengaruh promosi, kualitas dan desain

produk terhadap keputusan pembelian produk PD. Sinar Mas
Hakasima Cabang Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Sachari. 2004. *Seni Rupa Dan Desain*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama Erlangga.
- Ariani, Dorothea Wahyu, 2003. *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bagas, Prasetyo wibowo. 1999. *Desain Produk Industri*. Yayasan Delapan Sepuluh: Bandung
- Basu Swastha Dharmamesta dan T. Hani Handoko. 2004. *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Liberty
- Kismono, Gugup, 2001. *Bisnis Pengantar*, BPFE, Yogyakarta
- Kassarjian, Harold H. dan Thomas S. Robertson, *Perspective in Consumer Behavior*, Glenview, IL:Scott, Foresman,1981
- Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran 1*.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.