
PENGARUH PRODUK DAN LOKASI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SAMO RASO PALEMBANG

Nirwan Rasyid

Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya

Abstract

This study is to determine the effects of product and location on consumer purchasing decision at rumah makan Sama Raso Palembang. The purpose of research is to determine which variables are most dominant in influencing consumer consumer purchasing decisions. Data obtained from the questionnaires, observations, interviews, and the data were analyzed using multiple linear regression, correlation, and coefficient determination. The result show that there is a strong relation between two variables. Product influence positive and significant on consumer purchasing decision. Location influence positive and significant on consumer purchasing decision. Suggests to rumah makan samo raso to keep improve both the reference variables that product in quality and the location because that is logical reason consumers in deciding to make a purchase.

Keywords: Product, Location, consumer, purchasing decision

Pendahuluan

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh dirinya sendiri, oleh karena itu setiap manusia akan selalu berusaha memenuhi kebutuhan mereka dengan menggunakan atau mengkonsumsi produk-produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Adanya peningkatan taraf hidup masyarakat yang tercermin dalam kesejahteraan yang meningkat, menyebabkan anggota masyarakat atau konsumen ingin dilayani dengan lebih baik lagi. Dalam hal ini manusia tidak hanya berusaha memenuhi kebutuhan (*needs*) saja melainkan dari keinginan (*wants*), maka dari itu konsumen akan terus berusaha mencari kebutuhan berupa barang atau jasa yang dapat memenuhi keinginannya. Menurut Maslow (2003:258) kebutuhan mendasar manusia yang harus dipenuhi dibagi menjadi 3 bagian yaitu kebutuhan pangan, kebutuhan sandang, dan kebutuhan papan. Berdasarkan penjelasan Maslow mengenai kebutuhan mendasar manusia, terlihat bahwa ketiga kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan yang sangat penting untuk dipenuhi terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier. Terutama pangan yang menjadi kebutuhan pokok atau utama setiap manusia (*kebutuhan fisiologis*), yang artinya setiap manusia sangat membutuhkan makanan untuk dapat bertahan hidup dan meneruskan keturunannya.

Produk menurut Kotler dan Keller (2007:4) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Perusahaan harus dapat membuat dan menyediakan produk yang beragam dan bervariasi yang mampu memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana perusahaan dapat menonjolkan keunggulan dari produk tersebut, sehingga konsumen akan menilai dan membandingkan dan memilih produk dari perusahaan mana yang paling baik dan pada akhirnya dapat mendorong konsumen untuk membeli. Selain itu, perusahaan harus mampu mempertahankan konsumen yang ada dan sedapat mungkin menarik konsumen yang baru, sehingga diharapkan mampu meningkatkan keuntungan perusahaan melalui peningkatan penjualan atau volume penjualan.

Rumah Makan Samo Raso merupakan salah satu rumah makan khas daerah Sumatera Barat (Padang) dari banyak rumah makan daerah Sumatera Barat (Padang) yang ada di daerah Palembang. Relatif tingginya tingkat kebutuhan konsumen akan makanan pokok orang Indonesia yaitu nasi ini, mendorong berdirinya usaha-usaha rumah makan lain. Peran pemasaran sangat penting karena merupakan salah satu faktor kunci penentu keberhasilan bisnis. Menurut informasi yang di dapat penulis dari Bapak H. Slamet Hidayat selaku Pemilik Rumah Makan Samo Raso Palembang, produk dan lokasi sangat mempengaruhi dan menunjang dalam peningkatan volume penjualan melalui keputusan pembelian karena dengan berorientasi dari

faktor inilah konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian di Rumah Makan Samo Raso Palembang. Semakin berkembangnya usaha-usaha sejenis mendorong Rumah Makan Samo Raso untuk terus meningkatkan strategi pemasaran guna keberhasilan suatu perusahaan tersebut. Produk dan Lokasi merupakan hal penting yang perlu diketahui oleh setiap perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran makanan. Hal ini sangat penting karena dari dua faktor tersebut dapat memacu konsumen untuk melakukan proses pembelian yang tentu saja dapat membantu meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Dengan demikian dapat dilihat bahwa begitu berpengaruhnya produk dan lokasi dalam menunjang berkembang dan meningkatkan profitabilitas penjualan dari rumah makan, dan dari merupakan inti dari berhasil atau tidaknya perusahaan di dalam menjalankan aktivitas pemasarannya. Dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membahas masalah-masalah tersebut dengan judul “Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Rumah Makan Samo Raso Palembang”.

Bahan dan Metode

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah seluruh jumlah konsumen dan pelanggan yang melakukan pembelian di Rumah Makan Samo Raso Palembang. Berdasarkan jumlah populasi di atas maka ditentukan jumlah sampel yang akan digunakan sebagai responden penelitian. Metode penentuan jumlah sampel menggunakan pendapat Malhotra dalam Setiawan (2012:121) yang menyatakan bahwa untuk menentukan ukuran sampel dari populasi ditetapkan sesuai variabel, sub variabel atau butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Menurut Malhotra dalam Setiawan (2012:121) jumlah sampel (responden) paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah variabel atau sub variabel yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini terdapat 15 sub variabel yang akan diteliti, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = 4 \times 15 \text{ sub variabel}$$

$$n = 60 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode Malhotra dalam Setiawan (2012:121), maka diperoleh jumlah sampel adalah 60 responden. Analisis data kualitatif adalah data berupa pendapat atau *judgement* sehingga tidak berupa angka, melainkan berupa kata atau kalimat. Pada pembahasan ini penulis melakukan pembahasan dengan cara menguraikan dan menjabarkan data hasil pendapat atau pernyataan mengenai produk dan lokasi dari Rumah Makan Samo Raso Palembang. Analisis data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka-angka atau bilangan. Data-data yang penulis peroleh tersebut akan diolah secara manual dengan menggunakan rumus-rumus statistik. Hasil dari pengolahan tersebut akan diperoleh informasi yang signifikan mengenai pengaruh produk dan lokasi terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian di Rumah Makan Samo Raso Palembang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat rumus-rumus statistik, yaitu: regresi linier berganda, yaitu regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan dengan variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X^n) (Hasan, 2002:269), persamaan regresi berganda ini dapat ditulis:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian konsumen

a = Konstanta atau nilai Y apabila X_1 dan $X_2 = 0$

X_1 = Variabel Produk

X_2 = Variabel Strategis

e = Kesalahan pengganggu, error term

Menurut Yusi dan Idris (2010:96) korelasi adalah koefisien yang menunjukkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Korelasi yang sering digunakan adalah korelasi *pearson*. Menurut Yusi dan Idris (2010:96) rumus korelasi *Pearson* atau *Product Moment Correlation* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Menurut Yusi dan Idris (2010:99) ada cara lain yang lebih sederhana dan mudah dalam memberi keterangan tentang nilai-nilai r yang diperoleh yaitu menggunakan interpretasi tersebut adalah sebagai berikut:

- 0,000 sampai dengan 0,199 = Sangat rendah
- 0,200 sampai dengan 0,399 = Rendah
- 0,400 sampai dengan 0,599 = Sedang
- 0,600 sampai dengan 0,799 = Tinggi
- 0,800 sampai dengan 1,000 = Sangat tinggi

Menurut Yusi dan Idris (2010:96) jika koefisien korelasi dikuadratkan akan menjadi koefisien penentu (KP) atau koefisien determinasi, artinya penyebab perubahan pada variabel Y disebabkan oleh variabel X sebesar kuadrat koefisien korelasinya. Koefisien determinasi ini menjelaskan besarnya pengaruh nilai suatu variabel (variabel X) terhadap naik atau turunnya variabel lain (variabel Y). Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini penulis akan melakukan analisis dari data yang telah di peroleh dari Rumah Makan Samo Raso Palembang dengan menggunakan beberapa teknik analisa dan kemudian mengintreprestasikan nilai-nilai yang diperoleh dari analisis tersebut. Regresi linier berganda adalah persamaan regresi yang melibatkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam analisa regresi ini yang ingin diketahui adalah ada tidaknya hubungan antara variabel produk dan variabel lokasi terhadap keputusan pembelian. Variabel-variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan terhadap variabel lain biasanya disebut dengan variabel yang independen (variabel bebas), dalam hal ini yaitu X_1 (produk) dan X_2 (lokasi), sedangkan variabel yang kena pengaruh atau bergantung dengan variabel lain biasanya disebut variabel dependen, dalam hal ini yaitu Y (keputusan pembelian).

Tabel 1.
 Data Produk, Lokasi, dan Keputusan Pembelian

X_1 (Produk)	X_2 (Lokasi)	Y (Keputusan Pembelian)
5	0	6
54	66	84
178	154	143
63	80	67

Sumber: data diolah, 2013

Untuk mengetahui pola hubungan antara keputusan pembelian terhadap produk dan lokasi digunakan persamaan regresi linier berganda, yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Sedangkan untuk menghitung konstanta atau untuk memperoleh parameter a, b_1 dan b_2 ditentukan dengan metode kuadrat terkecil (*least square*).

Tabel 2.
 Hasil Perhitungan Data Keputusan Pembelian, Produk dan Lokasi

No.	Y	X ₁	X ₂	Y ²	X ₁ ²	X ₂ ²	Y.X ₁	Y.X ₂	X ₁ . X ₂
1	6	5	0	36	25	0	30	0	0
2	84	54	66	7056	2916	4356	4536	5544	3564
3	143	178	154	20449	31684	23716	25454	22022	27412
4	67	63	80	4489	3969	64003	4556	5360	5440
Σ	300	300	300	32030	38594	34472	34576	32926	36416

Sumber: data diolah, 2013

Berdasarkan hasil diatas, maka parameter a, b₁, dan b₂ dapat ditentukan dengan cara Metode Kuadrat terkecil (*least square*) dengan jumlah n = 5

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_2 y)(\sum x_1 x_2)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 y)(\sum x_1 x_2)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b_1 \sum X_1 - b_2 \sum X_2}{n}$$

Dimana:

$$\sum x_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}$$

$$\sum x_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}$$

$$\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$\sum x_1 y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum x_2 y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum x_1 x_2 = \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n}$$

Untuk mencari nilai $\sum x_1^2$ maka:

$$\sum x_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}$$

$$\sum x_1^2 = 38594 - \frac{(300)^2}{5}$$

$$\sum x_1^2 = 38594 - \frac{90000}{5}$$

$$\sum x_1^2 = 38594 - 18000$$

$$\sum x_1^2 = 20594$$

Untuk mencari nilai Σx_2^2 maka:

$$\begin{aligned}\Sigma x_2^2 &= \Sigma X_2^2 - \frac{(\Sigma X_2)^2}{n} \\ \Sigma x_2^2 &= 34472 - \frac{(300)^2}{5} \\ \Sigma x_2^2 &= 34472 - \frac{90000}{5} \\ \Sigma x_2^2 &= 34472 - 18000 \\ \Sigma x_2^2 &= 16472\end{aligned}$$

Untuk mencari nilai Σy^2 maka:

$$\begin{aligned}\Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ \Sigma y^2 &= 32030 - \frac{(300)^2}{5} \\ \Sigma y^2 &= 32030 - \frac{90000}{5} \\ \Sigma y^2 &= 32030 - 18000 \\ \Sigma y^2 &= 14030\end{aligned}$$

Untuk mencari nilai Σx_1y maka:

$$\begin{aligned}\Sigma x_1y &= \Sigma X_1Y - \frac{(\Sigma X_1)(\Sigma Y)}{n} \\ \Sigma x_1y &= 34576 - \frac{(300)(300)}{5} \\ \Sigma x_1y &= 34576 - \frac{90000}{5} \\ \Sigma x_1y &= 34576 - 18000 \\ \Sigma x_1y &= 16576\end{aligned}$$

Untuk mencari nilai Σx_2y maka:

$$\begin{aligned}\Sigma x_2y &= \Sigma X_2Y - \frac{(\Sigma X_2)(\Sigma Y)}{n} \\ \Sigma x_2y &= 32926 - \frac{(300)(300)}{5} \\ \Sigma x_2y &= 32926 - \frac{90000}{5} \\ \Sigma x_2y &= 32926 - 18000 \\ \Sigma x_2y &= 14926\end{aligned}$$

Untuk mencari nilai Σx_1x_2 maka:

$$\begin{aligned}\Sigma x_1x_2 &= \Sigma X_1X_2 - \frac{(\Sigma X_1)(\Sigma X_2)}{n} \\ \Sigma x_1x_2 &= 36416 - \frac{(300)(300)}{5} \\ \Sigma x_1x_2 &= 36416 - \frac{90000}{5} \\ \Sigma x_1x_2 &= 36416 - 18000 \\ \Sigma x_1x_2 &= 18416\end{aligned}$$

Untuk mencari nilai b_1 , maka:

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_2 y)(\sum x_1 x_2)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_1 = \frac{(16472)(16576) - (14926)(18416)}{(20594)(16472) - (18416)^2}$$

$$b_1 = \frac{273039872 - 274877216}{339224368 - 339149056}$$

$$b_1 = \frac{-1837344}{75312}$$

$$b_1 = -24,39$$

Untuk mencari nilai b_2 , maka:

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 y)(\sum x_1 x_2)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(20594)(14926) - (16576)(18416)}{(20594)(16472) - (18416)^2}$$

$$b_2 = \frac{307386044 - 305263616}{339224368 - 339149056}$$

$$b_2 = \frac{2122428}{75312}$$

$$b_2 = 28,18$$

Untuk mencari nilai a , maka:

$$a = \frac{\sum Y - b_1 \sum X_1 - b_2 \sum X_2}{n}$$

$$a = \frac{300 - (-24,39)(300) - (28,18)(300)}{5}$$

$$a = \frac{300 - (-7317) - (8454)}{5}$$

$$a = \frac{-837}{5}$$

$$a = -167,4$$

Adapun hasil perhitungan di atas, diperoleh persamaan regresi linier bergandanya sebagai berikut:

$$Y = -167,4 - 24,39X_1 + 28,18 X_2$$

Korelasi adalah koefisien yang menunjukkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Koefisien korelasi akan bernilai +1 dan -1, bila $r = +1$ berarti hubungan variabel X dan Y berkorelasi sempurna dan positif, bila $r = -1$ berarti hubungan variabel X dan Y berkorelasi sempurna dan negatif, sehingga r akan terletak antara $-1 \leq r \leq +1$. Jadi analisa korelasi ini lebih cenderung untuk melihat sampai sejauh mana kedua variabel atau lebih tersebut berasosiasi satu sama lainnya. Untuk mengetahui keeratan hubungan antara produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Samo Raso Palembang digunakan rumus korelasi *Pearson* atau *Product Moment Correlation* sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Menurut Yusi dan Idris (2010:99) ada cara lain yang lebih sederhana dan mudah dalam memberi keterangan tentang nilai-nilai r yang diperoleh yaitu menggunakan interpretasi tersebut adalah sebagai berikut:

0,000 sampai dengan 0,199 = Sangat rendah

0,200 sampai dengan 0,399 = Rendah
0,400 sampai dengan 0,599 = Sedang
0,600 sampai dengan 0,799 = Tinggi
0,800 sampai dengan 1,000 = Sangat tinggi

Maka, didapat koefisien korelasi dari kedua variabel sebagai berikut:

1. Produk dengan Keputusan Pembelian

$$r = \frac{n\Sigma X_1 Y - \{\Sigma X_1\}\{\Sigma Y\}}{\sqrt{\{n\Sigma X_1^2 - (\Sigma X_1)^2\} \{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

$$r = \frac{5(34576) - (300)(300)}{\sqrt{\{5(38594) - (300)^2\} \{5(32030) - (300)^2\}}}$$

$$r = \frac{172880 - 90000}{\sqrt{\{192970 - 90000\} \{160150 - 90000\}}}$$

$$r = \frac{82880}{\sqrt{\{102970\} \{70150\}}}$$

$$r = \frac{82880}{\sqrt{7223345500}}$$

$$r = \frac{86331,261}{82880}$$

$$r = 0,9600$$

Maka koefisien determinasinya:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,9600)^2 \times 100\%$$

$$KD = 92,16\%$$

2. Lokasi dengan Keputusan Pembelian

$$r = \frac{n\Sigma X_2 Y - \{\Sigma X_2\}\{\Sigma Y\}}{\sqrt{\{n\Sigma X_2^2 - (\Sigma X_2)^2\} \{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

$$r = \frac{5(32926) - (300)(300)}{\sqrt{\{5(34472) - (300)^2\} \{5(32030) - (300)^2\}}}$$

$$r = \frac{164630 - 90000}{\sqrt{\{172360 - 90000\} \{160150 - 90000\}}}$$

$$r = \frac{74630}{\sqrt{\{82360\} \{70150\}}}$$

$$r = \frac{74630}{\sqrt{5777554000}}$$

$$r = \frac{76010,223}{74630}$$

$$r = 0,9818$$

Maka koefisien determinasinya:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,9818)^2 \times 100\%$$

$$KD = 96,39\%$$

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisa regresi linier berganda diperoleh hubungan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen, yaitu: Produk sebesar $-24,39X_1$, tanda $-$ berarti hubungan produk dengan keputusan pembelian adalah negatif atau setiap pertambahan kualitas produk sebesar 1% akan menurunkan keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Samo Raso Palembang sebesar 24,39%, hal ini dikarenakan konsumen yang membeli kebanyakan adalah mahasiswa dengan kemampuan keuangan yang terbatas. Artinya keputusan pembelian konsumen tidak hanya melihat produk dalam arti khusus seperti rasa sebagai alasan keputusan pembelian melainkan dimensi-dimensi dalam produk itu seperti volume, harga, dan higienies atau tidaknya produk yang ditawarkan dan lain sebagainya. Lokasi sebesar $28,18X_2$, tanda $+$ berarti hubungan lokasi dengan keputusan pembelian konsumen adalah positif, atau setiap pertambahan lokasi sebesar 1% akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Samo Raso sebesar 28,18%. Berdasarkan kedua variabel tersebut, variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen adalah lokasi. Hal ini disebabkan karena lokasi Rumah Makan strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar. Berdasarkan persamaan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa antara produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen menggambarkan hubungan yang positif. Dengan kata lain jika terjadi peningkatan dari produk (X_1) dan lokasi (X_2) maka akan diikuti pula dengan peningkatan keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil analisa perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan r yang didapatkan adalah X_1 sebesar 0,9600 dan X_2 sebesar 0,9818, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat erat sekali antara produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rumah Makan Samo Raso Palembang. Kemudian dari kedua variabel tersebut variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah lokasi. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai KP (koefisien penentu atau koefisien determinasi) dari variabel produk sebesar 92,16% yang artinya sebesar 92,16% keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Samo Raso Palembang di pengaruhi oleh produk, sedangkan 7,84% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan nilai KD (koefisien penentu atau koefisien determinasi) dari variabel lokasi sebesar 96,39% yang artinya sebesar 96,39% keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Samo Raso Palembang di pengaruhi oleh lokasi, sedangkan 3,61% dipengaruhi oleh variabel lain.

Daftar Pustaka

- Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Andriany, Wenni. 2010. *Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Rie-Mart Swalayan Jalan Demang Lebar Daun Palembang*. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Statistik 1*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Kotler, Philip and Gery Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi 8)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga
- Riduwan dan Akdon. 2009. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: ALFABETA
- Schiffman, Leon and Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen (Edisi 7)*. Jakarta: PT Indeks
- Setiawan, Heri. 2012. *Modul Metode Riset*. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya

- Swastha, Basu. 2009. *Azas-Azas Marketing (cetakan ketujuh)*. Yogyakarta: Liberty
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran (cetakan keenam)*. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen (cetakan kedua)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Yusi, Syahirman dan Umiyati Idris. 2009. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif Palembang*: Citrabooks Indonesia. Diakses tanggal 25 November 2012.
- Yusi, Syahirman dan Umiyati Idris. 2010. *Statistika untuk Ekonomi dan Penelitian*. Palembang Citrabooks Indonesia