
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELAJAR DALAM MEMILIH LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR PRIMAGAMA

Hartini Prasetyo Wulandari

(Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IEU Yogyakarta)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mempelajari faktor-faktor yang diduga berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pelajar dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama. Penelitian ini dianalisis dengan analisis Regresi Linear berganda, uji t, uji F dan uji beta. Pengambilan sampel Klaster (cluster sampling) dilakukan dengan beberapa tahap. Pengambilan sampel klaster pertama-tama akan digunakan untuk memilih lokasi geografis, kota, semikota, dan desa untuk penelitian. Dalam penelitian ini dipilih dari cabang-cabang Lembaga Bimbingan Belajar Primagama.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas tentor, fasilitas, citra/nama baik, pelayanan, biaya, lokasi, iklan, dan alumni bimbingan belajar Primagama secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pelajar dalam memilih lembaga bimbingan belajar Primagama. Secara individu variabel kualitas tentor, fasilitas, citra /nama baik, pelayanan, biaya, lokasi, Iklan, dan alumni bimbingan belajar Primagama mempengaruhi pelajar memilih LBB Primagama Yogyakarta. Kualitas tentor merupakan faktor dominan dalam pemilihan lembaga bimbingan.

Kata Kunci : Kualitas Tentor, Fasilitas, Citra/Nama baik, Pelayanan, Biaya, Lokasi, Iklan, Alumni, Keputusan.

PENDAHULUAN

Saat ini begitu banyak lembaga bimbingan belajar yang bermunculan di berbagai kota dengan tawaran-tawaran yang menjanjikan. Hal ini wajar terjadi mengingat begitu banyaknya pelajar yang ingin sukses atau meraih prestasi dalam menempuh studinya di sekolah dan juga banyaknya siswa kelas tiga SMU yang ingin meneruskan studinya di Perguruan Tinggi Negeri dengan lolos ujian masuk perguruan tinggi. Dengan demikian maka tidaklah mengherankan jika tingkat persaingan di antara lembaga bimbingan belajar semakin tajam. Persaingan yang semakin tajam ini bisa dilihat dari periklanan yang semakin agresif dan gencar melalui pemasangan spanduk, penyebaran brosur, radio, bahkan ada yang sudah menggunakan televisi sebagai sarana dan bentuk publikasi lain.

Untuk bisa memenangkan persaingan tentunya sebuah Lembaga Bimbingan Belajar harus bisa menawarkan keunggulan-keunggulan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumennya (pelajar), dimana keunggulan tersebut tidak ditawarkan atau tidak mampu ditawarkan oleh lembaga bimbingan belajar yang lain. Untuk itu sebuah lembaga bimbingan belajar harus mampu menyusun dan menerapkan strategi bersaingnya dengan sebaik mungkin untuk bisa memenangkan persaingan atau setidaknya mampu bertahan dalam persaingan yang ketat.

Dengan demikian maka bagi para pengelola lembaga bimbingan belajar perlu memahami bagaimana para pelajar yang ingin mengikuti bimbingan belajar dalam memilih lembaga bimbingan belajar karena dengan pemahaman tersebut dapat dijadikan sebagai dasar dalam menetapkan strategi pemasarannya mengingat tingkat persaingan yang semakin tajam.

Primagama merupakan salah satu lembaga bimbingan belajar yang telah lama berdiri namun tetap mampu bertahan, bahkan memiliki daya saing yang kuat walaupun banyak pesaing baru yang bermunculan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui 1) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelajar dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama dan 2) Faktor apa yang paling dominan yang mempengaruhi pelajar dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama.

LANDASAN TEORI

Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Menurut Basu Swastha Dharmmesta (1984 : 10) definisi pemasaran yang dianggap paling luas adalah definisi yang dikemukakan oleh William J Stanton. Definisinya adalah sebagai berikut: "Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial".

Dari definisi tersebut mengandung arti bahwa pemasaran merupakan hasil interaksi dari berbagai kegiatan yang berorientasi pada pasar atau konsumen dimana kegiatan tersebut tidak berhenti walaupun kebutuhan konsumen telah terpenuhi. Jadi, pemasar berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan memuaskan sehingga konsumen bersedia membeli kembali pada pemasar yang sama. Dengan demikian kegiatan pemasaran ditujukan untuk mencapai keuntungan jangka panjang dengan tetap terus mempertahankan hubungan pertukaran antara pemasar dengan konsumen sehingga pemasaran dilakukan baik sebelum maupun sesudah pertukaran terjadi. Dengan demikian dalam manajemen pemasaran perlu adanya analisa, perencanaan pelaksanaan dan pengendalian yang meliputi semua produk yang akan dipertukarkan guna mencapai kepuasan semua pihak yang terlibat.

Jasa

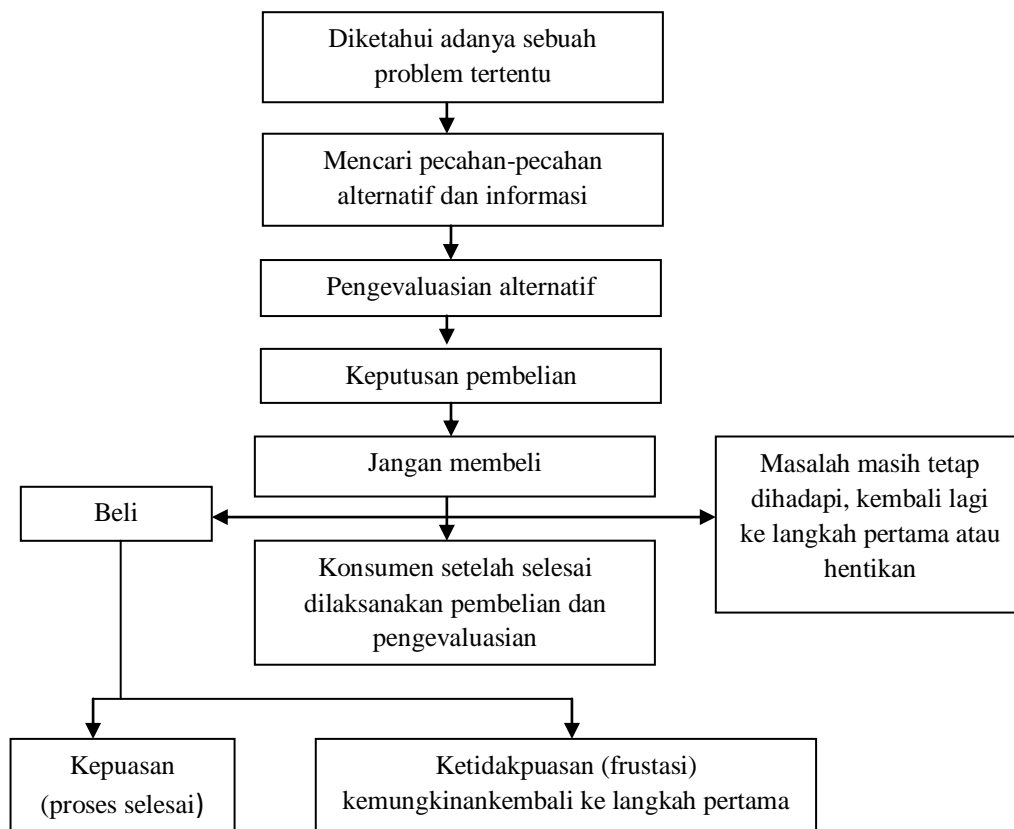
Adapun definisi tentang Jasa, salah satunya yang diberikan oleh Philip Kotler dalam Lupiyoadi (2001: 6) yaitu jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Perilaku Konsumen

Pengertian perilaku konsumen menurut Dharmesta dan Handoko (1987) adalah kegiatan perseorangan ataupun kelompok yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan penentuan kegiatan tersebut.

Pengambilan Keputusan

Ada beberapa tahap yang dilalui seorang konsumen ketika konsumen tersebut berusaha memenuhi kebutuhannya. Adapun tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut 1.) Mengenali / mengidentifikasi kebutuhan, 2) Pencarian alternatif, 3) Mengevaluasi Alternatif, 4) Pembelian dan pengkonsumsian produk, 5) Pengevaluasian pengalaman konsumsi, 6) Memberikan umpan balik, dan 7) Akhir dan proses pembelian. Adapun langkah-langkah dalam proses pengambilan keputusan konsumen dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Langkah-Langkah Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen (Sumber: Winardi, 1991)

Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas tentor, fasilitas, nama baik/citra, pelayanan, biaya, lokasi, iklan dan alumni bimbingan belajar Primagama secara bersama-sama terhadap keputusan pelajar dalam memilih LBB Primagama Yogyakarta.

2. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas tentor, fasilitas, nama baik / citra, pelayanan, biaya, lokasi, iklan dan alumni bimbingan belajar Primagama secara individu terhadap keputusan pelajar dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Yogyakarta.
3. Variabel kualitas tentor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pelajar dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survai yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1989).

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tempat bimbingan cabang LBB Primagama Yogyakarta yang berjumlah sembilan cabang. Pengambilan sampel Klaster (cluster sampling) dilakukan dengan beberapa tahap. Pengambilan sampel klaster pertama-tama akan digunakan untuk memilih lokasi geografis, kota, semikota, dan desa untuk penelitian. Dalam penelitian ini dipilih dari cabang-cabang Primagama. Yang dijadikan sampel empat cabang bimbingan Primagama. Dari cabang tersebut diambil masing-masing 25 responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut: 1) Wawancara yaitu dengan bertanya langsung pada responden maupun karyawan perusahaan untuk memberikan informasi kepada penulis, 2) Kuesioner, yaitu dengan membuat daftar pertanyaan untuk disebar dan diisi oleh responden, dalam hal ini pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA yang mengikuti bimbingan belajar di Primagama Yogyakarta, dan 3) Observasi, yaitu dilakukan dengan cara mengamati secara langsung obyek penelitian.

Metode Analisis Data

Data dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi ganda dengan menggunakan software SPSS 18 sebagai alat perhitungan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data karakteristik tentang responden berdasarkan jenis kelamin adalah laki-laki sebanyak 33 orang (33%) dan perempuan sebanyak 67 orang (67%). Berdasarkan jenis pendidikan, responden yang masih SLTA sebanyak 88 orang (88%), sedangkan alumni SLTA sebanyak 12 orang (12 %).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi product moment, di mana skor item pertanyaan dan skor total dikorelasikan. Hasil perhitungan validitas tersebut diberi simbol r_{xy} . Untuk mengetahui item pertanyaan yang ada dalam kuesioner tersebut sah atau tidak dilakukan dengan cara membandingkan r_{xy} dan r tabel. Apabila $r_{xy} > r$ tabel maka item pertanyaan tersebut sah tetap jika $r_{xy} < r$ tabel maka item pertanyaan tersebut tidak sah. Dari Uji validitas yang dilakukan, variabel Kualitas tentor, Fasilitas, Citra/nama baik, Pelayanan, Biaya, Lokasi, Iklan, Alumni, Keputusan semuanya valid.

Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah dengan menggunakan metode Alpha Cronbach. Ketentuan dari reliabilitas ini adalah nilai alpha yang dihasilkan harus berkisar antara 0 sampai 1. Apabila sebuah alat ukur memiliki nilai alpha yang lebih besar dari 0,6 maka alat ukur tersebut andal. Hasil uji Reliabilitas dari semua variabel dinyatakan reliabel karena nilai alphanya lebih besar dari 0,6.

Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = - 2,949 + 0,412 X_1 + 0,104 X_2 + 0,316 X_3 + 0,167 X_4 + 0,125 X_5 + 0,201 X_6 + 0,154 X_7 + 0,287 X_8$$

Dari persamaan regresi ganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta - 2,949 artinya bahwa jika tidak ada variabel kualitas tentor, fasilitas, citra/nama baik, pelayanan, biaya, lokasi, iklan dan alumni bimbingan belajar Primagama maka keputusan pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA memilih LBB Primagama Yogyakarta sebesar -2,949.
2. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,412 artinya bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan variabel kualitas tentor akan menaikkan keputusan pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA memilih LBB Primagama Yogyakarta sebesar 41,2 %, Ceteris Paribus.
3. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,104 artinya bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan variabel fasilitas akan menaikkan keputusan pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA memilih LBB Primagama Yogyakarta sebesar 10,4 %, Ceteris Paribus.
4. Koefisien regresi X_3 sebesar 0,316 artinya bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan variabel citra / nama baik akan menaikkan keputusan pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA memilih LBB Primagama Yogyakarta sebesar 31,6 % Ceteris Paribus.

5. Koefisien regresi X4 sebesar 0,167 artinya bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan variabel pelayanan akan menaikkan keputusan pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA memilih LBB Primagama Yogyakarta sebesar 16,7 % *Ceteris Paribus*
6. Koefisien regresi X5 sebesar 0,125 artinya bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan variabel biaya akan menaikkan keputusan pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA memilih LBB Primagama Yogyakarta sebesar 12,5 %, *Ceteris Paribus*
7. Koefisien regresi X6 sebesar 0,201 artinya bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan variabel lokasi akan menaikkan keputusan pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA memilih LBB Primagama Yogyakarta sebesar 20,1 %, *Ceteris Paribus*
8. Koefisien regresi X7 sebesar 0,154 artinya bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan variabel Iklan akan menaikkan keputusan pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA memilih LBB Primagama Yogyakarta sebesar 15,4 %, *Ceteris Paribus*
9. Koefisien regresi X8 sebesar 0,287 artinya bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan variabel alumni bimbingan belajar Primagama akan menaikkan keputusan pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA memilih LBB Primagama Yogyakarta sebesar 28,7 %, *Ceteris Paribus*.

Berdasarkan analisis juga didapatkan nilai Koefisien determinasi sebesar 0,87 yang berarti 87 % keputusan memilih Primagama dipengaruhi oleh kedelapan variabel independen tersebut, sedangkan 13 % sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lainnya yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji F

Uji F statistik dilakukan untuk mengetahui apakah faktor kualitas tentor, fasilitas, nama baik/citra, pelayanan, biaya, lokasi, iklan dan alumni berpengaruh secara simultan memilih LBB Primagama Yogyakarta. Dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F yang diperoleh dari tabel. Hasil yang diperoleh ada pengaruh yang signifikan antara kualitas tentor, fasilitas, citra/nama baik, pelayanan, biaya, lokasi, iklan, dan alumni bimbingan belajar Primagama secara bersama-sama terhadap keputusan pelajar memilih LBB Primagama Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis pertama dapat diterima.

Uji t

Uji t statistik yaitu dengan membandingkan nilai t tabel dengan t hitung. Perhitungan dengan bantuan komputer program SPSS For Windows Release 18.00 diperoleh nilai t hitung dan t tabel dari masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 1. Tabel Nilai t Hitung dan t Tabel

Variabel	t Hitung	t Tabel
Kualitas tentor	8,431	1,986
Fasilitas	2,675	1,986
Citra / nama baik	7,272	1,986
Pelayanan	5,395	1,986
Biaya	4,516	1,986
Lokasi	7,281	1,986
Iklan	5,024	1,986
Alumni	7,941	1,986

Sumber : Data diolah

Tabel 1 memperlihatkan bahwa t hitung untuk semua variabel penelitian lebih besar daripada t tabel. Dengan semikian secara parsial variabel kualitas tentor, fasilitas, citra/nama baik, pelayanan biaya, lokasi, iklan, dan alumni bimbingan belajar berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelajar memilih Primagama Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua dapat diterima.

Untuk membuktikan hipotesis ketiga yang berbunyi variabel kualitas tentor adalah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pelajar dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Yogyakarta dilakukan uji beta. Dari perhitungan yang dilakukan diperoleh beta untuk masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 2. Nilai Beta

Variabel	Beta
Kualitas tentor	0,331
Fasilitas	0,116
Citra / nama baik	0,304
Pelayanan	0,225
Biaya	0,189
Lokasi	0,305
Iklan	0,214
Alumni	0,311

Sumber : Data diolah

Variabel yang memiliki beta yang lebih besar menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang lebih besar pula terhadap variabel dependennya. Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pelajar memilih Primagama Yogyakarta yaitu kualitas tentor (memiliki nilai beta terbesar). Variabel yang memiliki pengaruh terbesar kedua yaitu alumni, yang ketiga adalah lokasi, yang keempat yaitu citra/nama baik, yang kelima yaitu pelayanan, yang keenam adalah iklan, yang ketujuh adalah biaya dan yang kedelapan adalah fasilitas. Dengan demikian hipotesis ketiga dapat diterima.

PENUTUP

Simpulan

1. Dari hasil uji F statistik, untuk hipotesis yang pertama dapat diterima. Hal ini diketahui dari besarnya nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel. Dengan demikian variabel kualitas tentor, fasilitas, citra / nama baik, pelayanan, biaya, lokasi, iklan, dan alumni bimbingan belajar Primagama secara bersama-sama mempengaruhi pelajar kelas 3 SLTA maupun alumni SLTA memilih LBB Primagama Yogyakarta.
2. Dari hasil uji t statistik diketahui pula bahwa hipotesis kedua dapat diterima sehingga secara individu variabel kualitas tentor, fasilitas, citra/nama baik, pelayanan, biaya, lokasi, iklan, dan alumni bimbingan belajar Primagama mempengaruhi pelajar memilih LBB Primagama Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung untuk masing-masing variabel independen tersebut lebih besar daripada nilai t tabelnya.
3. Berdasarkan uji koefisien beta, untuk hipotesis yang ketiga terbukti diketahui dari uji tersebut menunjukkan bahwa kualitas tentor, memiliki nilai beta yang terbesar.

Saran

1. Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas tentor, fasilitas, citra / nama baik, pelayanan, biaya, lokasi, iklan, dan alumni bimbingan belajar Primagama baik secara bersama-sama maupun secara individu mempengaruhi pengambilan keputusan pelajar dalam memilih LBB Primagama Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut maka hendaknya pihak pengelola LBB Primagama lebih memperhatikan faktor-faktor tersebut diatas sehingga dapat menetapkan suatu kondisi dimana calon peserta bimbingan baru lebih cenderung untuk memilih LBB Primagama Yogyakarta.
2. Faktor kualitas tentor merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi pelajar dalam memilih Primagama Yogyakarta. Oleh karena itu hendaknya pihak pengelola LBB Primagama Yogyakarta selalu menjaga dan meningkatkan kualitas tentornya, misalnya dengan cara memperbaiki program pelatihan bagi tentor baru ataupun memperbaiki proses penyeleksian penerimaan tentor baru sehingga diharapkan tentor yang diterima akan memiliki kualitas yang lebih baik lagi.
3. Faktor alumni bimbingan belajar Primagama merupakan faktor yang kedua yang mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pelajar dalam memilih LBB Primagama Yogyakarta. Oleh karena itu hendaknya para tentor selalu memperbaiki proses mengajarnya sehingga diharapkan peserta bimbingan dapat mengerjakan soal-soal masuk perguruan tinggi dengan lebih cepat tetapi tetap benar sehingga dengan demikian diharapkan akan lebih banyak lagi alumni peserta bimbingan belajar Primagama yang diterima di PTN favorit dan selain itu juga memberikan informasi yang lebih luas lagi bahwa telah banyak alumni bimbingan belajar Primagama yang telah sukses diterima di PTN favorit.

4. Faktor lokasi merupakan faktor ketiga yang mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pelajar memilih LBB Primagama Yogyakarta. Oleh sebab itu pihak pengelola Primagama harus tetap selalu berusaha menempatkan cabang Primagama di lokasi yang strategis setiap kali membuka cabang baru.
5. Faktor yang memiliki pengaruh terbesar keempat terhadap keputusan memilih LBB Primagama Yogyakarta yaitu citra / nama baik. Oleh sebab itu setiap staff Primagama harus tetap selalu berusaha mengambil peranan dalam menjaga atau bahkan meningkatkan citra Primagama.
6. Faktor pelayanan merupakan faktor terbesar kelima dalam mempengaruhi pelajar dalam memilih LBB Primagama Yogyakarta. Untuk itu para karyawan administrasi harus tetap selalu menjaga atau bahkan meningkatkan hubungan baiknya dengan para peserta bimbingan agar para peserta bimbingan tersebut tetap merasa diperhatikan segala kebutuhannya sebagai peserta bimbingan belajar di LBB Primagama Yogyakarta.
7. Faktor iklan merupakan faktor terbesar peringkat keenam dalam mempengaruhi dalam memilih LBB Primagama Yogyakarta. Oleh karena itu iklan Primagama sebaiknya lebih sering ditayangkan terutama pada saat-saat acara-acara televisi yang pemirsanya terutama para pelajar.
8. Faktor biaya merupakan faktor yang ketujuh yang mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pelajar dalam memilih LBB Primagama Yogyakarta. Oleh sebab itu penetapan biaya masuk lebih disesuaikan dengan kondisi keuangan pelajar atau berusaha meningkatkan berbagai kemanfaatan yang diberikan pada peserta bimbingan agar peserta bimbingan merasa bahwa biaya yang telah dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh.
9. Faktor peringkat ke delapan yang mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan dalam memilih LBB Primagama Yogyakarta adalah fasilitas. Untuk itu sebaiknya pengelola berusaha memberikan fasilitas yang lebih baik lagi, misalnya dengan memberikan ruang kelas yang lebih memadai dan lebih nyaman untuk mengantisipasi bertambahnya jumlah peserta bimbingan baru, memberikan fasilitas akademik yang lebih lengkap.

Daftar Pustaka

- Azwar, A, (1986), *Reliabilitas dan Validitas, Interpretasi dan Komputasi*, Edisi 1, Penerbit Liberty Yogyakarta.
- Budiyuwono, Nugroho, (1988), *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*, Penerbit BPFE.
- Husain, U, (1977), *Metodologi Penelitian Aplikasi*, Penerbit Gramedia.
- Kotler, Philip, (1977), *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, edisi 9, Penerjemah hendra Teguh, Penerbit PT Prenhallindo Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat, (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Penerbit Remaja Rosdakarya Bandung.

Singarimbun, M, dan Effendi, (1989), *Metode Penelitian Survey*, Penerbit LP3ES Jakarta.

Sutrisna, (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Penerbit Remaja Rosdakarya Bandung.

Swastha, Basu & Handoko, Hani, (1987) *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi 1, Penerbit Liberty Yogyakarta.

Wells, William & Prensky, David, (1996), *Consumer Behaviour*, Penerbit John Willey & Sons, Inc New York Chichester Brisbane, Toronto Singapore.