

**PENGARUH DAYA BELI MASYARAKAT TERHADAP NILAI  
PENJUALAN IKAN LELE DI DESA GANJARAN KECAMATAN  
PAGELARAN KABUPATEN PRINGSEWU**

(Studi kasus pada Kelompok Pembudidaya Ikan Desa Ganjaran Kecamatan  
Pagelaran Kabupaten Pringsewu )

**Antonius Suhardi Dan Herlina**

Manajemen, Informatics & Business Institute Darmajaya  
Jl. Z.A Pagar Alam No 93, Bandar Lampung - Indonesia 35142  
Telp. (0721) 787214 Fax. (0721)700261  
E-mail: [ey4\\_ina@yahoo.co.id](mailto:ey4_ina@yahoo.co.id)

**ABSTRACT**

*Purchasing power is purchasing decision to get and use goods and service that influenced income factor, taste, and price likes society need to consuming fish. society taste towards fish lele be society income level description to can fulfil the need so that identify society purchasing power increase. purchasing power positive influential and significant towards fish sale value lele.*

*This watchfulness population 452 fish purchases lele that is got from 3.616 fish purchase total lele divided eight sale periods in fish cultivation group (pokda) glorious bud at regency performance district reward village pringsewu that buys fish lele, while sample is determined as much as 82 respondents that is regency performance district reward village society pringsewu that buy fish lele in pokda glorious bud based on method slovin, as to analyzer that used doubled linear regression. doubled linear regression analysis result shows correlation coefficient (r) as big as 0,616 that demo that fish sale value lele influenced by income, price and taste as big as 37,9%. hypothesis shows f count 15,904 > f table 2,76 or significant 0,000 < 0,05 so ho aversed, analysis from test f show society purchasing power that cover income factor, price and influential taste towards fish sale value lele.*

**Keyword :** *society purchasing power, sale value*

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan Ekonomi dewasa ini menunjukkan adanya suatu sumbangan yang tidak sedikit terhadap kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. Hal ini tidak lepas dari peran pembudidaya ikan dalam memberikan kontribusi yang benar-benar dapat dirasakan oleh masyarakat. Salah satunya adalah pertumbuhan ekonomi dari sektor perikanan dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang umumnya mengkonsumsi ikan baik air tawar maupun ikan laut. Selain kebutuhan gizi, konsumsi ikan air tawar juga dipengaruhi oleh daya beli masyarakat yang tinggi. Selera masyarakat terhadap ikan air tawar khususnya ikan lele merupakan gambaran tingkat pendapatan masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhannya, sehingga mengindikasikan daya beli masyarakat meningkat.

Daya beli adalah kemampuan individu maupun organisasi membeli dan menggunakan barang dan jasa. Di dalam pengukuran daya beli, faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli menurut Basu Swasta dan Irawan (2003:403) adalah faktor pendapatan, selera, dan harga. Pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang dalam bentuk upah, sewa, bunga, atau laba. Selera adalah kemauan atau keinginan seseorang untuk mengkonsumsi dan menggunakan barang atau jasa. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu, harga di dalam penjualan sangat berpengaruh terhadap individu dan kelompok dalam melakukan pembelian. Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan citra produk (selera), serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran karena selera atau kemauan konsumen untuk mengkonsumsi kembali. Efek dari daya beli tersebut adalah penjualan ikan lele Kelompok Pembudidaya Ikan di Desa Ganjaran.

Realisasi penjualan ikan lele Pokdakan Tunas Jaya mengalami fluktuasi dan cenderung menurun dilihat dari realisasi penjualan dan rata-rata target penjualan sebesar 70,88%. Setiap periode terdiri dari 2 bulan didapat data pembeli ikan Lele dari jumlah pembeli mengalami kenaikan setiap periodenya dengan jumlah 3.616 pembeli dan rata-rata sebesar 452, dengan melihat data di ini maka yang paling berpengaruh adalah kegiatan proses produksi ikan Lele. Permasalahan pada produksi ikan Lele tersebut jika dihitung kerugiannya cukup besar sampai jutaan rupiah dan belum termasuk kerugian waktu selama budidaya, oleh karena itu kegiatan budidaya yang efisien dan implementasi pengetahuan tentang budidaya akan meningkatkan nilai penjualan ikan Lele.

Menurut Basu Swasta dan Irawan (2003:403) nilai penjualan adalah jumlah penjualan yang diterima atau diperoleh pada periode tertentu, dengan demikian nilai penjualan merupakan pencapaian atau realisasi penjualan dari target yang diharapkan, kenyataan penjualan tersebut menggambarkan tujuan penjualan suatu produk atau jasa. Ketatnya persaingan penjualan ikan Lele membuat pembudidaya

harus unggul dari pembudidaya lainnya dengan memiliki strategi yang bukan hanya disesuaikan dengan pembeli tetapi juga mengubah apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh pembeli.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yaitu : 1) ada pengaruh positif dan signifikan daya beli (Pendapatan, Harga, dan Selera) masyarakat terhadap nilai penjualan ikan lele di Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu. 2) besarnya pengaruh positif dan signifikan daya beli (pendapatan, harga, dan selera) masyarakat terhadap nilai penjualan ikan Lele di Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu. 3)  $H_0$  : Diduga ada faktor dari daya beli masyarakat (pendapatan, harga, dan selera) yang paling dominan mempengaruhi nilai penjualan ikan lele di Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus yaitu penelitian mengenai suatu kasus pada kelompok pembudidaya ikan. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu metode penelitian asosiatif (hubungan sebab akibat), dimana terdapat dua variabel yang dihubungkan secara kausal variabel X mempengaruhi variabel Y. Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat, variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari faktor-faktor Daya Beli (X) yaitu Pendapatan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Selera ( $X_3$ ). Variabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas, variabel bebas dalam penelitian ini adalah Nilai Penjualan (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah 452 pembeli ikan lele yang diperoleh dari 3.616 jumlah pembeli ikan lele dibagi delapan periode penjualan pada Kelompok Pembudidaya Ikan (Pokdakan) Tunas Jaya di Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu yang membeli ikan Lele. Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil mengacu pada pendapat Slovin yaitu ukuran sampel ( $N$ ) dibagi 1 ditambah ukuran sampel dengan tingkat signifikansi 10 % maka didapat jumlah sampel 82 responden.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel pendapatan ( $X_1$ ) adalah uang yang diterima oleh seseorang dalam bentuk upah, sewa, bunga atau laba, diukur melalui indikator penghasilan, harga ikan lele, persediaan ikan lele dan pembelian secara kontinyu. variabel harga ( $X_2$ ) adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu, diukur melalui indikator murah dan harga terjangkau. variabel selera ( $X_3$ ) adalah kemauan atau keinginan seseorang untuk mengkonsumsi dan menggunakan barang atau jasa, diukur melalui indikator orang menyukai ikan lele. Nilai penjualan (Y) adalah respon pasar terhadap realisasi penjualan, diukur melalui indikator ikan sesuai keinginan, layak dikonsumsi dan bermanfaat (gizi).

Jenis data yang digunakan adalah 1) data primer yaitu data yang diperoleh dari penelitian lapangan secara langsung dalam upaya pengumpulan data melalui kuisioner dengan mengumpulkan data dan membagikan daftar pertanyaan, wawancara dengan mengajukan pertanyaan baik secara lisan maupun tulis untuk mendapatkan data tentang pembudidayaan dan metode survey dengan melakukan tinjauan ke tempat penelitian. 2) data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dalam suatu penelitian, dalam penelitian ini data sekunder didapat dari dokumentasi dengan mengutip atau mencatat data keterangan yang ada pada Kelompok Pembudidaya Ikan Tunas Jaya Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu, yang berhubungan dengan masalah yang diteliti berkaitan dengan data Nilai Penjualan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dengan pengujian dilakukan dua tahap pertama 20 responden kemudian dilanjutkan 82 responden, untuk memastikan data valid atau tidak. Uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan instrumen yang handal, Instrumen yang handal artinya bahwa instrumen dapat digunakan untuk mengukur ulang subjek yang sama dan memberikan hasil yang tidak berbeda. Untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukuran yang digunakan dapat dipercaya. Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha. Uji normalitas sampel digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa di pertanggung jawabkan. Untuk menghitung normalitas sample, maka di gunakan t-tes satu sample. Analisis kuantitatif digunakan untuk mendapatkan jawaban yang sebenarnya melalui perhitungan-perhitungan tertentu mengenai daya beli masyarakat terhadap nilai penjualan ikan Lele di Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu melalui teknik statistik regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Daya beli (X) terhadap nilai penjualan (Y). uji pengaruh ini menggunakan SPSS versi 16.0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*, adapun hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan melihat nilai  $r_{hitung}$  terkecil adalah 0,447 dan nilai  $r_{hitung}$  terbesar adalah 0,687 dibanding dengan  $r_{tabel}$  0,444 hal ini berarti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang secara langsung berpengaruh terhadap nilai penjualan ikan Lele. Implikasinya, apabila instrumen tersebut digunakan secara berulang kali, maka akan menunjukkan hasil yang valid.

Hasil perhitungan reliabilitas variabel faktor pendapatan menggunakan Cronbach's Alpha ditunjukkan bahwa perbandingan r alpha faktor pendapatan terletak antara 0,600 – 0,799, dengan demikian nilai r variabel pendapatan ( $X_1$ ) tersebut diinterpretasikan mempunyai reliabilitas tinggi. Hasil analisis reliabilitas

instrumen faktor harga diperoleh  $r$  alpha sebesar 0,791 menunjukkan bahwa perbandingan  $r$  alpha faktor harga terletak antara 0,600 – 0,799, dengan demikian nilai  $r$  variabel harga ( $X_2$ ) tersebut diinterpretasikan mempunyai reliabilitas tinggi. Hasil analisis reliabilitas instrumen faktor selera diperoleh  $r$  alpha sebesar 0,813 menunjukkan bahwa perbandingan  $r$  alpha faktor selera terletak antara 0,8 – 1, dengan demikian nilai  $r$  variabel selera ( $X_3$ ) tersebut diinterpretasikan mempunyai reliabilitas sangat tinggi. Hasil analisis reliabilitas instrumen nilai penjualan diperoleh  $r$  alpha sebesar 0,853, menunjukkan bahwa perbandingan  $r$  alpha nilai penjualan terletak antara 0,8 – 1, dengan demikian nilai  $r$  variabel nilai penjualan ( $Y$ ) tersebut diinterpretasikan mempunyai reliabilitas sangat tinggi.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa faktor pendapatan ( $X_1$ ) berdistribusi normal dengan tingkat signifikan  $0,097 > 0,05$  maka data tersebut berasal dari populasi berdistribusi normal. Faktor harga ( $X_2$ ) berdistribusi normal dengan tingkat signifikan  $0,129 > 0,05$  maka data tersebut berasal dari populasi berdistribusi normal. Faktor selera ( $X_3$ ) berdistribusi normal dengan tingkat signifikan  $0,070 > 0,05$  maka data tersebut berasal dari populasi berdistribusi normal, sedangkan nilai penjualan ( $Y$ ) berdistribusi normal dengan tingkat signifikan  $0,063 > 0,05$  maka data tersebut berasal dari populasi berdistribusi normal.

Hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan (signifikan) dan uji secara parsial hubungan daya beli masyarakat terhadap nilai penjualan ikan Lele dijelaskan pada tabel berikut ini adalah

**Tabel 1 : Hasil pengujian hipotesis**

Variabel	Koefisien	Standar Error	Beta	$t_{hitung}$	Signifikan
Konstanta (a)	7,795	5,407	-	1,442	0,153
Pendapatan ( $X_1$ )	0,356	0,195	0,212	1,824	0,042
Harga ( $X_2$ )	0,443	0,203	0,290	2,183	0,012
Selera ( $X_3$ )	0,366	0,193	0,220	1,895	0,032
R	0,616				
F	15,904				

Sumber : Diolah dari Data Primer Tahun 2009

Berdasarkan Tabel 6.2 koefisien regresi dari persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa konstanta  $a = 7,795$  dengan koefisien regresi  $b_1 = 0,356$ ,  $b_2 = 0,443$ ,  $b_3 = 0,366$  sehingga persamaan regresinya menjadi :

$$Y = 7,795 + 0,356 X_1 + 0,443 X_2 + 0,366 X_3$$

Konstanta sebesar 7,795 menyatakan bahwa jika faktor-faktor yang mempengaruhi nilai penjualan tetap ( $X = 0$ ), maka nilai penjualan ikan Lele sebesar 7,795.

Koefisien regresi untuk pendapatan ( $X_1$ ) sebesar 0,356 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) satu satuan X maka akan meningkatkan nilai penjualan ikan Lele sebesar 0,356 karena pengaruh pendapatan. Koefisien regresi untuk harga ( $X_2$ ) sebesar 0,443 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) satu satuan X maka akan meningkatkan nilai penjualan ikan Lele sebesar 0,443 karena pengaruh harga. Koefisien regresi untuk selera ( $X_3$ ), sebesar 0,366 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) satu satuan X maka akan meningkatkan nilai penjualan ikan Lele sebesar 0,366 karena pengaruh selera. Hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan antara variabel daya beli masyarakat (X) terhadap nilai penjualan ikan Lele (Y) menggunakan uji F (signifikan) dijelaskan pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai F daya beli masyarakat (X) terhadap nilai penjualan ikan Lele (Y) sebesar 15,904. Sesuai kriteria tersebut di atas diketahui bahwa nilai F hitung  $15,904 > F$  tabel 2,76 atau signifikan  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara daya beli masyarakat terhadap nilai penjualan ikan Lele. Uji F untuk menguji secara simultan, artinya  $H_0 = 0$  tidak ada pengaruh antara daya beli masyarakat terhadap nilai penjualan ikan Lele, sedangkan  $H_a \neq 0$  ada pengaruh antara daya beli masyarakat terhadap nilai penjualan ikan Lele. Hasil penelitian terdapat hubungan yang positif berdasarkan uji F dan uji signifikan dari pengaruh daya beli masyarakat dengan nilai penjualan sebesar 37,9%. Hasil uji tersebut adalah F hitung  $> F$  tabel ( $15,904 > 2,76$ ) melalui uji signifikan F hitung  $< F$  tabel ( $0,00 < 0,05$ ), dari uji F dan uji signifikan tersebut terdapat hubungan yang signifikan karena F hitung  $> F$  tabel, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat hubungan antara daya beli masyarakat (X) terhadap Nilai Penjualan (Y) ikan Lele.

Korelasi daya beli masyarakat (X) terhadap nilai penjualan ikan Lele (Y) adalah  $R = 0,616$  yang menjelaskan bahwa nilai penjualan ikan Lele dipengaruhi oleh daya beli masyarakat sebesar 0,616. Nilai R tersebut selanjutnya dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien R pada Tabel 4.9, hasil perbandingan R dengan tabel interpretasi menunjukkan nilai R terletak antara 0,6 – 0,7, maka dapat disimpulkan bahwa daya beli masyarakat terhadap nilai penjualan ikan Lele mempunyai korelasi tinggi.

Untuk mengetahui besarnya kadar pengaruh antara daya beli masyarakat (X) terhadap nilai penjualan ikan Lele (Y) digunakan nilai Beta, berdasarkan hasil perhitungan nilai Beta menghasilkan pendapatan ( $X_1$ ) yang mempengaruhi (Y) sebesar 0,212, menghasilkan harga ( $X_2$ ) sebesar 0,290 yang berpengaruh terhadap (Y), dan menghasilkan selera ( $X_3$ ) sebesar itu 0,22 yang berpengaruh terhadap (Y). Adapun hasil pengujian hipotesis secara parsial pada daya beli masyarakat (X) yang meliputi faktor pendapatan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), selera ( $X_3$ ), terhadap Nilai Penjualan ikan Lele (Y) menunjukkan bahwa nilai t daya beli masyarakat (X) yang meliputi faktor pendapatan ( $X_1$ ) sebesar 1,824, harga ( $X_2$ ) sebesar 2,183, dan selera ( $X_3$ )

sebesar 1,895 berpengaruh terhadap nilai penjualan ikan Lele.

Hasil uji pengaruh pendapatan ( $X_1$ ) terhadap nilai penjualan ikan lele ( $Y$ ) menunjukkan  $t$  hitung adalah 1,824 >  $t$  tabel sebesar 1,658, nilai  $t$  tersebut menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pendapatan terhadap nilai penjualan ikan Lele. Pengaruh harga ( $X_2$ ) terhadap nilai penjualan ikan Lele ( $Y$ ) menunjukkan  $t$  hitung adalah 2,183 >  $t$  tabel sebesar 1,658 dengan probabilitasnya (Sig.) sebesar 0,012 < 0,05, nilai  $t$  dan probabilitas tersebut menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap nilai penjualan ikan Lele. Pengaruh selera ( $X_3$ ) terhadap nilai penjualan ikan Lele ( $Y$ ) menunjukkan  $t$  hitung adalah 1,895 >  $t$  tabel sebesar 1,658 nilai  $t$  tersebut menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh selera terhadap nilai penjualan ikan Lele.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan sebagai berikut yaitu (1) persamaan regresi linier berganda diperoleh  $\hat{Y} = 7,795 + 0,356 X_1 + 0,443 X_2 + 0,366 X_3$ . Berdasarkan persamaan tersebut, Konstanta sebesar 7,795 menyatakan bahwa jika faktor daya beli masyarakat yang mempengaruhi nilai penjualan ikan Lele tetap ( $X = 0$ ), maka nilai penjualan ikan Lele sebesar 7,795. Sedangkan koefisien regresi  $b_1 = 0,356$ ,  $b_2 = 0,443$ , dan  $b_3 = 0,366$  menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) satu satuan  $X$  maka akan meningkatkan nilai penjualan ikan Lele sebesar nilai  $b_1 = 0,356$ ,  $b_2 = 0,443$ , dan  $b_3 = 0,366$ . (2) hasil hipotesis didapat dari hasil uji  $F$  yaitu  $F$  hitung 15,904 >  $F$  tabel 2,76 atau signifikan 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak, analisis dari uji  $F$  tersebut menunjukkan daya beli masyarakat yang meliputi faktor pendapatan, harga, dan selera berpengaruh terhadap nilai penjualan ikan Lele. (3) analisis hipotesis secara parsial menunjukkan nilai  $t$  hitung faktor pendapatan, harga, dan selera lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,658 serta nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05, artinya pendapatan, harga, dan selera mempengaruhi secara signifikan nilai penjualan ikan Lele. (4) besarnya kadar pengaruh antara daya beli masyarakat ( $X$ ) terhadap nilai penjualan ikan Lele ( $Y$ ) digunakan nilai Beta, berdasarkan hasil perhitungan nilai Beta pendapatan ( $X_1$ ) adalah 0,212, harga ( $X_2$ ) adalah 0,290, dan selera ( $X_3$ ) adalah 0,22. (5) analisis korelasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai penjualan ikan Lele, dimana koefisien korelasinya ( $R$ ) sebesar 0,616 yang menunjukkan bahwa nilai penjualan ikan Lele dipengaruhi oleh pendapatan, harga, dan selera sebesar 37,9 % sedangkan 62,1% lagi dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

## Saran

Nilai penjualan berperan menjaga nama baik terhadap produksi ikan Lele. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan di Pokdakan Tunasjaya mencoba memberi saran sebagai berikut : (1) Pokdakan Tunas Jaya dapat meningkatkan harga penjualan ikan Lele dengan mempertahankan dan mengoptimalkan produksi ikan Lele berkualitas baik untuk memenuhi kebutuhan selera masyarakat. (2) Pokdakan Tunasjaya dari hasil produksi yang besar diharapkan dapat mempertahankan hasil produksinya. (3) Pokdakan Tunasjaya dari hasil produksi yang kecil diharapkan dapat meningkatkan lagi hasil produksinya. (4) Memperhatikan dan menjaga kualitas produksi ikan Lele dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, dan Widayat, 2002, " *Riset Bisnis* " Jakarta
- Engel F. James, Roger Dand Paul W Winiard, 2004, " *Perilaku Konsumen* ", Binarpa Aksara, Jakarta
- Kotlel Philip, 2004, " *Manajemen Pemasaran edisi Milenium* ", Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Mowen, John C dan Michael Minor, 2001, " *Perilaku Konsumen* ", Erlangga, Jakarta.
- Pass, Chistopher and, Bryan Lowes, 1994, " *Kamus Lengkap Ekonomi Edisi kedua* ", Erlangga, Jakarta
- Paul W Winiard, Roger D Blackweel, James F Engel, 1994 " *Perilaku Konsumen Edisi Keenam* " Binarupa Aksara, Jakarta
- P. Sumadji, Yudha Pratama dan Rosita, 2006, " *Kamus Lengkap Ekonomi Edisi Lengkap* ", Wapress, Jakarta
- Suryabrata Sumardi, 2005, " *Metodologi Penelitian* ", Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Swasta, Basu, 2002, " *Manajemen Pemasaran Modern* " Edisi Dua Liberti, Yogyakarta
- Sugiono, 2007, " *Metode Penelitian Bisnis* ", CV Alfabeta, Bandung
- Tedjasutisna, Ating, 1999, " *Pemasaran Jilid 1 Kelompok Bisnis dan Manajemen* " CV. ARMICO Bandung