

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KLIEN PADA JASA MAKEUP PENGANTIN DI DESA PEKARUNGAN SIDOARJO

Miranda Hany Cinthiya¹

¹Prodi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
mirandahany11@gmail.com

Sri Dwiyanti², Nia Kusstianti², Dewi Lutfiati²

²Prodi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

ABSTRAK

Jasa *make up artist* memerlukan peningkatan pengguna jasa . Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kepuasan klien. Untuk meningkatkan kepuasan klien maka perlu diperhatikan atribut-atribut yang ada dalam jasa layanan tersebut. Atribut-atribut dalam jasa layanan *make up artist* yang dipertimbangkan oleh klien sebelum memilih menggunakan jasa *make up artist* di antaranya adalah kualitas pelayanan dan harga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan klien pada jasa *make-up* pengantin di Desa Pekarungan, Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Poluasi penelitian ini pengguna jasa *make up artist* di Desa Pekarungan Sukodono Sidoarjo. Pengambilan data menggunakan kusioner yang dilakukan secara online melalui *Google form*. Analisis data dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan klien.

Kata Kunci: kepuasan klien, jasa *make-up* pengantin

ABSTRACT

Make up artist services require an increase in service users. This can be done by increasing customer satisfaction. To increase customer satisfaction, it is necessary to consider the attributes that exist in these services. The attributes in make up artist services that are considered by customers before choosing to use make up artist services include service quality and price. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price on client satisfaction with bridal make-up services in Pekarungan Village, Sidoarjo. This research is a quantitative descriptive study. This study polls the users of make up artist services in Desa Pekarungan Sukodono Sidoarjo. Retrieval of data using questionnaires conducted online through Google form. Data analysis with multiple linear regression. The results of the study stated that service quality and price affect customer satisfaction.

Keywords: *client satisfaction, makeup bridal servic*

PENDAHULUAN

Pada zaman milenial yang berkembang pesat saat ini mengakibatkan manusia akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial budaya, dan juga berpengaruh pada pola perilaku persaingan di dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis. Hal ini membuat persaingan semakin keras dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya berusaha mendapatkan klien yang baru tetapi juga berlomba-lomba untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yang telah mereka dapatkan. Dalam persaingan memasarkan jasa dengan tujuan menciptakan pelanggan, perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik.

Fenomena kecantikan bagian dari gaya hidup yang menjadikannya kebutuhan selama hidupnya, konsep tersebut berkembang sangat pesat di dunia industri salah satunya banyak wanita sekarang lebih mudah menghasilkan pendapatan dari hasil keterampilan ataupun skill yang dimiliki sebagai *makeup artist (MUA)*, *makeup artist* adalah seniman *professional* yang biasa di kenal dengan masyarakat yaitu penata rias, hasil karyanya dan produk *makeup* sebagai alatnya.

Pekerjaan ini dapat dikerjakan sebagai sampingan sehingga banyak sekali peminatnya baik perempuan maupun pria. Pada dasarnya menata rias adalah kegiatan sehari-hari dalam bentuk menjaga penampilan diri saat produktif di dalam rumah agar lebih terlihat percaya diri.

Berdasarkan observasi sementara terhadap pengaruh tingkat kualitas dan harga di desa Pekarungan Sidoarjo, di desa Pekarungan Sidoarjo banyak sekali salon *wedding makeup* pengantin dalam dunia usaha seperti ini mereka berusaha bersaing secara global untuk mendapatkan keuntungan, kepuasan klien, dan loyalitas pelanggan. Dalam dunia kerja kita sebagai penyedia jasa kejelian menjadi faktor penting untuk mengetahui perkembangan minat klien, dan selalu mengoreksi apa kelebihan yang membuat pelanggan puas, dan apa kekurangan yang menyebabkan pelanggan kecewa.

Ada beberapa penyedia jasa *makeup artist* seperti salon wedding citra, hanny wedding service, salon ika, salon wedding kusuma, tentunya sangat penting dalam mengetahui fase kesenangan klien saat

menggunakan jasa atau produk di desa Pekarungan, Sidoarjo. Kebanyakan setiap *makeup artist* memiliki keterampilan yang sangat berbeda-beda bahkan memiliki ciri khasnya masing-masing. Terlebih akan ada kritikan dari setiap klien dari beberapa salon yang ada, seperti : harganya mahal dengan produk *high end* namun dengan hasil yang kurang memuaskan, ada juga yang hasilnya memuaskan tetapi untuk pelayanannya kurang baik, ada yang produknya *local* dengan hasil bagus dengan *makeup* yang tahan lama, bahkan ada klien lebih memilih harga murah tetapi untuk hasil tahan lamanya *makeup* sangat kurang.

Kualitas pelayanan jasa, tingkat harga, dan hasil *makeup* sebagai kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*) lain yang lebih menekankan kepada orientasi pemenuhan harapan pelanggan. Kualitas adalah perbaikan secara terus menerus. Kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. (Tjptono 2012:152).

Seorang pelanggan atau klien terdorong untuk menggunakan jasa *make up artist* karena adanya hasil yang memuaskan. Minat beli juga menjadi adanya keyakinan yang berkaitan dengan manfaat yang diperoleh akan menimbulkan suatu kepercayaan terhadap jasa *make up artist* di desa Pekarungan, Sidoarjo tersebut. Sehingga klien bersedia untuk mengeluarkan sejumlah uang serta berbagai bentuk pengorbanan lainnya untuk membayar agar bisa mendapatkan kepuasan yang ingin diperoleh.

Kepuasan klien inilah yang harus dimanfaatkan sebagai ujung tombak dalam kemajuan suatu usaha. Dengan memberikan pelayanan terbaik diharapkan pengusaha/profesional *make up artist* dapat memberikan keyakinan dalam benak klien bahwa usaha dapat memenuhi harapan pelanggan.

Usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya (Kotler dan Armstrong, 2008). Kualitas pelayanan jasa, tingkat harga, dan hasil *makeup* sebagai kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*) lain yang lebih menekankan kepada orientasi pemenuhan harapan pelanggan.

Sesuai dengan paparan di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan

harga terhadap kepuasan klien pada jasa *makeup* pengantin di desa Pekarungan, Sidoarjo.

Pengembangan Hipotesis

Perusahaan harus memiliki kualitas yang baik sesuai standar yang telah dipertimbangkan perusahaan. Kualitas yang dipertimbangkan disini berhubungan dengan produk, manusia, dan keterampilan. Tjiptono (2008) menyatakan kualitas pelayanan adalah fungsi harapan klien pada pra pembelian, pada proses penyediaan barang atau jasa, dan kualitas output yang diterima klien. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi klien atas pelayanan nyata yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan klien, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan klien serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan klien.

Moenir (2010) menyatakan, agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok yaitu, tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh yang bersangkutan, waktu penyampaian yang tepat, dan keramah tamahan. Empat hal ini sangat dibutuhkan pula dalam bidang jasa *makeup* dalam upayanya memenuhi kepuasan klien.

Kepuasan klien merupakan kunci untuk mempertahankan pelanggan. Tjiptono (2014) menyatakan kepuasan klien adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Kualitas pelayanan merupakan bagian yang berperan penting dalam mendukung kepuasan pelanggan sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang layak akan dapat mempertahankan pelanggan. Layak atau tidaknya kualitas pelayanan yang terdiri atas empati, ketanggapan, jaminan, kehandalan dapat mendorong kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan

yang baik akan membuat pelanggan puas. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk akan membuat pelanggan kecewa sehingga akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Tjiptono (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan akan mendorong kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa diperhatikan karena dipenuhi harapannya. Jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan membeli lagi dan merekomendasikan orang lain untuk membeli produk perusahaan.

Hasil penelitian Hasil penelitian Sintya, Lopian, dan Karuntu (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan paparan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan klien

Harga merupakan faktor penting dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk barang dan jasa. Alma (2013) menyatakan harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Walton (2004) menyatakan harga memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Harga sering kali disebut sebagai indikator nilai, jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang diterima atas suatu barang atau jasa. Pada tingkat harga tertentu bila manfaat yang dirasakan klien meningkat, maka nilainya akan meningkat pula.

Harga merupakan salah satu faktor yang membuat pelanggan bisa puas dalam berbelanja. Dengan demikian, harga yang terjangkau, harga yang kompetitif, dan harga yang sesuai dengan kualitas akan mendorong kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian Sintya, Lopian, dan Karuntu (2018) yang menyatakan bahwa harga terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin harga dipersepsi positif oleh pelanggan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan paparan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan klien

Kualitas pelayanan, dan harga merupakan beberapa faktor yang membuat pelanggan puas dengan jasa layanan yang ditawarkan perusahaan. Kedua

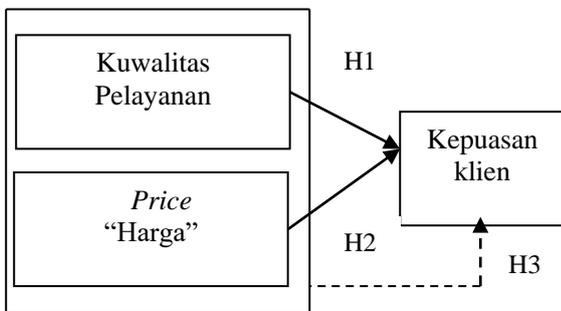
variabel tersebut dapat mendorong kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Hasil penelitian Sintya, Lopian, dan Karuntu (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga sebagai komponen pemasaran menjadi faktor yang dapat mendorong kepuasan pelanggan. Pelanggan akan puas dan tertarik untuk menggunakan jasa layanan jika mendapatkan kualitas pelayanan, dan persepsi harga yang baik.

Berdasarkan paparan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan klien

Kerangka Konseptual

Sesuai dengan rumusan masalah dan pengembangan hipotesis maka kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

(Sumber : Sintya, 2018)

Metode Penelitian

Penelitian ini berjenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Populasi penelitian ini merupakan seluruh pengguna jasa *make up artist* di Desa Pekarungan Sukodono. Sampel penelitian ini ditentukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel menggunakan kriteria. Kriteria sampel penelitian ini adalah orang yang pernah menggunakan jasa *make up artist* dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap

Responden yang memenuhi kriteria sampel hanya 40 orang.

Instrumen kuisisioner ini mamaki skala likert lima poin yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup setuju, setuju dan sangat setuju

Pengumpulan data menggunakan kuesioner online (*google form*). Kuesioner memuat pernyataan dari variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan klien. Indikator variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 1. Indikator Variabel Penelitian

| Variabel | Indikator |
|-------------------------|--|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 1. Kehandalan 2. Bukti fisiki 3. Jaminan 4. Empati 5. Daya tanggap |
| Harga (X2) | 1. Terjangkau 2. Kompetitif 3. Sesuai dengan kualitas |
| Kepuasan Pelanggan | 1. Menggunakan ulang 2. Menyampaikan hal positif 3. Kurang mengikuti jasa yang lain (kompetitor) 4. Menggunakan produk lainnya dari jasa yang sama 5. Memberikan masukan yang baik |

(Sumber Tabel : Sintya, 2018)

Sebelum diadakan olah data, data yang sudah dikumpulkan dilakukan pengujian instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji Validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini valid. Uji relibalitas menunjukkan ketiga variabel dalam penelitian ini reliabel, yaitu nilai cronbach’s alpha > 0,7.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda, dengan uji asumsi klasik, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan uji regresi linier berganda terlebih dahulu harus lolos uji asumsi klasik.Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokidastisitas.

Hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asym. Sig.

0,659 > 0,05. Dengan demikian, dinyatakan data terdistribusi normal.

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan dan variabel harga 2,247 < 10 dan nilai Tolerance 0,445 > 0,1. Dengan demikian dinyatakan data tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil uji heterokidastisitas dengan uji Rho-Spearman menunjukkan nilai sig. absolut result variabel kualitas pelayanan 0,686 dan variabel harga 0,931. Kedua nilai tersebut > 0,05 sehingga dinyatakan lolos uji heterokidastisitas.

Sesuai dengan hasil uji hipotesis (uji t), menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi 0,044 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan kilien. Semakin tinggi kualitas pelayanan, akan menyebabkan meningkatnya kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan rendah akan berdampak pada menurunnya kepuasan pelanggan.

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan *make up artist* sudah tergolong baik yang ditunjukkan dari skor rata-rata variabel. Pelayanan sudah konsisten, sesuai dengan yang dijanjikan, ramah, sopan, memiliki peralatan perlengkapan memadai, dan mendengar keluhan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Tjiptono (2014) kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Sintya, Lopian, dan Karuntu (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis (uji t), harga mempunyai nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa harga yang terjangkau, kompetitif dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan akan berdampak positif bagi kepuasan pelanggan. Tinggi rendah persepsi responden pada harga berdampak pada tinggi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini harga memiliki kategori baik yang ditunjukkan dari skor rata-rata variabel. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan pernyataan Tjiptono (2014) bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Sintya, Lopian, dan Karuntu (2018) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Sementara itu untuk pengaruh secara simultan berdasarkan uji F dapat diketahui bahwa nilai sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa secara serentak variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut berarti kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh adanya perubahan variabel kualitas pelayanan dan harga.

Sementara itu, hasil perhitungan R Square menunjukkan nilai 0,674 atau 67,4%. Hal tersebut berarti kualitas pelayanan dan harga dapat menjelaskan perubahan kepuasan pelanggan sebesar 67,4%. Sedangkan sisanya atau 23,4% dijelaskan oleh variabel di luar penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diperoleh beberapa poin kesimpulan, yakni:

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memiliki beberapa saran untuk pemilik usaha *make up artist* atau pelayanan terkait upaya peningkatan kepuasan pelanggan, yaitu :

Mengingat kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, maka perlu dilakukan upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam aspek menerima keluhan dan permintaan pelanggan karena berdasarkan jawaban kuesioner, masih terdapat jawaban tidak setuju pada aspek tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan menerima saran dan masukan dari pelanggan secara terbuka.

Mengingat harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan maka sebaiknya pengelola *make up artist* menjaga harga pelayanan agar tetap terjangkau, kompetitif dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Allhamdulillah, dengan terselesaikannya Karya ilmiah ini, penulis mengucapkan banyak

terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam mengerjakan artikel ilmiah ini serta memberikan ilham dan petunjuk yang baik. Saya ucapkan Allhamdulillah Jazza Khumullahu khoiro Kepada Sri Dwiyanti, S.Pd., M.PSDM Selaku Dosen Pembimbing Jurnal ilmiah yang sangat membantu dan memberikan arahan dengan baik dan sabar. Serta Nia Kusstianti, S.Pd, MPd Selaku Dosen Penguji I dan Dewi Lutfiati S,Pd, M.Kes Selaku Dosen Penguji II yang memberikan masukan revisi yang baik dan benar sehingga jurnal ini dapat terselesaikan di waktu yang tepat. Octaverina Kecvara Pritasari, S.Pd., M.Farm Selaku Ketua Prodi Program S1 Pendidikan Tata Rias yang sangat berperan dalam memberikan informasi kepada mahasiswanya dan membantu memberikan solusi saat ada kesulitan.

Serta ucapan terimakasih ini saya sampaikan Kedua Orang tua saya baik yang di Surabaya dan di Lampung , Suami Tercinta, Nenek, Keluarga Besar, Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan semangat dan dorongan serta doa yang banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 dan 2 edisi 12. *Jakarta: Erlangga*.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2012). Pemasaran strategik. *Yogyakarta: Andi*.
- Moenir, A. S. (2010). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa-prinsip, penerapan, dan penelitian. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, edisi ketiga belas. *Jakarta: Erlangga*.
- Buchari, A. (2004). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan. *Keenam, Bandung: Alfabeta*.
- Sinya, L.I., Lapian, S.L.H.J., Karuntu, M.M., Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan jasa Transportasi Gojek Online pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 6. No.3
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Keempat. Bandung: CV Alfabeta.
- Irawan, H. (2008). Sepuluh prinsip kepuasan pelanggan. *Jakarta. Penerbit Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia*.
- Kasiram. (2008: 149). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan kuantitatif*.
- Bachtiar, D. I. (2012). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo. *Dinamika Sosial Ekonomi*.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D 2010th ed.*,Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran, ed. 3*, Yogyakarta, Andi.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.