

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT. TRIO MOTOR BANJARMASIN**

Nurul Rahmah¹, Farida Yulianti², Noorlaily Maulida³

¹Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, ²Dosen Pembimbing I Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, ³Dosen Pembimbing II Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari. ¹Email: nurulrahmahbae@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor honda pada Trio Motor Banjarmasin. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan Teknik observasi dan kuesioner. Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 30 pelanggan Trio Motor Banjarmasin sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada Trio Motor Banjarmasin, yaitu : harga produk, kualitas, promosi, tempat, dan pelayanan.

Kata Kunci : Faktor-faktor; Perilaku Konsumen; Keputusan Pembelian;

ABSTRACT

This research aims to find out: What factors influence the purchasing decision of Honda Motorcycle in Trio Motor Banjarmasin. The type of research used in this study is a type of descriptive research with observation techniques and questionnaires. The research was performed by distributing questionnaires to 30 subscribers of the Trio Motor Banjarmasin as respondents. The results showed that there were several factors affecting the consumer's behaviour to the Honda motorcycle purchasing decision on Trio Motor Banjarmasin, namely: Product price, quality, promotion, place, and service.

Keywords: *factors; consumer behaviour; purchasing decision;*

PENDAHULUAN

Kemajuan dan perkembangan teknologi saat ini berjalan sangat pesat, begitu juga pada bidang otomotif yang semakin lama semakin ketat dalam persaingan. Dengan adanya persaingan yang sangat ketat ini, maka sistem pemasaran suatu perusahaan haruslah dilaksanakan dengan baik. Begitu pula pada perusahaan jual beli kendaraan khususnya sepeda motor, dikarenakan sepeda motor adalah alat transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Sepeda motor menjadi alat transportasi yang paling disukai masyarakat Indonesia yang mana negaranya memiliki jumlah penduduk yang besar yaitu keempat di dunia. Oleh karena itu Indonesia termasuk pasar yang menjanjikan sehingga banyak produk asing membanjiri pasar Indonesia salah satunya sepeda motor. Berbagai merek sepeda motor yang ditawarkan di Indonesia membuat persaingan semakin ketat dan terus berkembang. Untuk dapat bersaing, produsen sepeda motor harus memiliki strategi yang tepat khususnya dalam bidang pemasaran. Perusahaan harus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk menarik perhatian para calon konsumen. Keinginan konsumen saat ini bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan saja akan tetapi sudah berkembang menjadi keinginan memperoleh kepuasan karena jika satu keinginan dapat dipenuhi maka akan timbul keinginan dan hasrat lainnya yang selalu ingin dipenuhi agar dapat mencapai kepuasan maksimal. Para produsen harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat menarik minat para konsumen dalam membeli sepeda motor agar bisa mendominasi pasar. Persaingan usaha bisnis sepeda motor saat ini dapat dibuktikan dari banyaknya produk sepeda motor yang bermunculan dan menawarkan berbagai jenis tipe dengan spesifikasi yang berbeda dari berbagai macam merek dan membuat setiap produsen berlomba-lomba untuk memunculkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam menciptakan setiap produknya agar bisa menjadi perusahaan yang lebih unggul dari para pesaingnya. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam memasarkan produk tergantung pada faktor-faktor yang dapat dikuasai oleh perusahaan seperti penentuan harga produk, kualitas, promosi, tempat dan pelayanan yang memuaskan dan mutu produk yang baik. Selain itu perusahaan perlu mendapatkan informasi mengenai perilaku konsumen, dimana informasi ini dapat dijadikan dasar dalam usaha untuk mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Ada hubungan yang sangat erat antara perilaku konsumen dengan keputusan pembelian sepeda motor honda. Konsumen saat ini sangat selektif dalam memilih alat transportasi khususnya sepeda motor. Konsumen bukan hanya menilai pada model ataupun variasi dari sepeda motor yang ada, akan tetapi konsumen juga menilai dari kualitas sepeda motor tersebut agar nyaman digunakan sebagai alat transportasi sehari-hari. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut maka peneliti ingin mengambil judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Trio Motor Banjarmasin ”**.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan Teknik observasi dan kuesioner. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan objek secara nyata dan apa adanya guna mengetahui suatu variabel. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan menggunakan data dan informasi dengan menggunakan beberapa literatur yang dipakai sebagai dasar teoritis dan bahan pembanding. Peneliti juga melakukan observasi yaitu pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti. Peneliti juga membagikan kuesioner yaitu daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung. Pertanyaan yang diberikan berhubungan dengan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan berikut ini peneliti akan menjelaskan mengenai hasil penelitian melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada para responden. Penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada para pelanggan Trio Motor Perintis Banjarmasin. Kuesioner ini meneliti mengenai proses pengambilan keputusan pembelian sepeda motor honda dengan memperhitungkan beberapa faktor-faktor. Dari 30 responden yang diteliti, maka dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi beberapa karakteristik antara lain responden berdasarkan usia, status pekerjaan, dan pendapatan. Dari hasil penelitian dan kuesioner yang dibagikan, maka terbentuk beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda, adapun penjelasan mengenai faktor-faktor yang terbentuk adalah sebagai berikut :

1) Harga Produk

Dari kuesioner yang dibagikan kepada para responden diketahui responden yang setuju dengan harga jual sepeda motor honda sesuai dengan kualitasnya ada 80% (delapan puluh persen). Mereka yang menyetujui harga sepeda motor honda dapat bersaing dengan merek lain ada 66,7% (enam puluh enam koma tujuh persen). Ada 60% (enam puluh persen) responden yang setuju tertarik dengan diskon yang diberikan oleh trio motor. Selain itu, ada 40% (empat puluh persen) yang setuju membeli sepeda motor honda saat ada tawaran cashback pada hari-hari besar. Ada 80% (delapan puluh persen) responden yang setuju bahwa harga sepeda motor honda sesuai dengan pendapatan dan kebutuhan para pelanggan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, faktor harga produk sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian sepeda motor honda. Harga mempengaruhi tanggapan pelanggan dalam memilih barang yang akan dibelinya. Apabila harga rendah maka akan menimbulkan tanggapan murah atau bahkan murahan dan berkualitas rendah. Sedangkan harga yang tinggi biasanya akan menimbulkan tanggapan kualitas produk yang lebih baik. Para konsumen menganggap sepeda motor honda memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan sehingga konsumen mendapatkan yang mereka harapkan dari uang yang sudah mereka keluarkan. Konsumen percaya jika harga sepeda motor honda dapat bersaing dengan merek lain maka berarti sepeda motor merek honda memiliki kualitas yang tidak kalah bahkan akan lebih baik dan terjamin mutunya dari sepeda motor merek lain.

Para konsumen menganggap sepeda motor honda memiliki harga yang sesuai dengan pendapatan dan kebutuhan mereka dikarenakan sepeda motor honda telah memenuhi harapan mereka dalam segi kebutuhan dan keinginan, itu berarti penetapan harga produk sepeda motor honda sudah sesuai dengan pendapatan para konsumen dan mampu dijangkau oleh para konsumennya. Selain dari harga belinya yang sesuai dan terjangkau, sepeda motor honda juga memiliki harga jual yang stabil dan tidak jatuh atau jauh menurun dari harga belinya. Sehingga membuat para konsumen percaya dan tidak merasa khawatir akan mengalami kerugian apabila konsumen ingin menjual sepeda motornya kembali.

2) Kualitas

Dalam memilih dan menentukan suatu produk, sangat penting untuk mengetahui kualitas dari produk yang akan dibeli. Kualitas merupakan faktor yang sangat penting dan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dari hasil kuesioner yang telah dibagikan dapat diketahui ada 56,7% (lima puluh enam koma tujuh persen) responden yang setuju bahwa mereka merasa aman saat memakai sepeda motor honda karena bentuknya yang kokoh dan kuat. Ada 63,3% (enam puluh tiga koma tiga persen) responden yang setuju membeli sepeda motor honda karena irit BBM. Ada 73,3% (tujuh puluh tiga koma tiga persen) responden yang setuju membeli sepeda motor honda karena desainnya yang bagus dan warnanya yang beragam dan menarik. Selain itu, responden yang setuju membeli sepeda motor honda karena nyaman saat digunakan ada 70% (tujuh puluh persen). Responden yang

setuju membeli sepeda motor honda karena kualitasnya lebih baik dari merek lain ada 46,7% (empat puluh enam koma tujuh persen).

Dari penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa responden menyetujui bahwa mereka merasa aman saat menggunakan sepeda motor honda. Kualitas sepeda motor honda yang kokoh dan kuat menimbulkan rasa aman bagi para penggunanya sehingga juga bisa dijadikan alasan dalam memilih sepeda motor honda agar konsumen tidak merasa khawatir saat memakainya. Dari berbagai tipe yang ditawarkan, honda selalu mengedepankan keamanan dan kenyamanan bagi para penggunanya. Oleh karena itu para konsumen semakin yakin dalam memilih sepeda motor honda sebagai alat transportasi sehari-hari. Keunggulan lainnya dari kualitas sepeda motor honda adalah bahan bakarnya yang irit. Hampir semua orang tau bahwa selain dari ketahanan mesin, pemakaian bahan bakar honda adalah yang terbaik. Sepeda motor honda terkenal dengan tingkat penggunaan bahan bakarnya yang lebih irit dari sepeda motor merek lain. Kualitas yang diberikan oleh honda ini menjadikan nilai tambah tersendiri bagi sepeda motor merek honda dan menjadi faktor yang menarik minat para konsumennya. Desain sepeda motor yang bagus dan warnanya yang beragam saat ini menjadikan sepeda motor honda menjadi alat transportasi yang berkualitas dan juga trendi. Dengan adanya desain serta warna yang beragam tersebut, maka dapat meningkatkan rasa percaya diri konsumen saat menggunakan sepeda motor merek honda. Dari semua kualitas produk yang ada, tentu yang harus diperhatikan adalah kenyamanan saat menggunakan produk tersebut. Walaupun desain dan ketahanannya terjamin jika konsumen tidak nyaman saat memakainya maka suatu produk tersebut akan kehilangan peminatnya. Sepeda motor merek honda mengutamakan kenyamanan bagi para penggunanya, terbukti dari banyaknya peminat dan responden yang setuju dengan pernyataan ini. Honda memiliki suara mesin yang halus sehingga saat memakainya maka penggunanya tidak akan mendengar kebisingan dan elegan saat memakainya. Semua kualitas yang diberikan honda diharapkan demi kenyamanan dan keamanan penggunaannya.

3) Promosi

Pada hasil penelitian, ada 66,7% (enam puluh enam koma tujuh persen) responden yang setuju tertarik dengan berbagai promosi dari sepeda motor honda. Kemudian ada 60% (enam puluh persen) responden yang setuju ingin membeli sepeda motor honda karena melihat iklannya diberbagai media.

Dalam promosi, perusahaan harus memperhatikan cara-cara penyampaian informasi agar tujuan promosi bisa tersampaikan dengan baik kepada target konsumen. Sepeda motor honda sendiri melakukan promosi yang baik diberbagai media saat ini, sehingga semua orang mengetahui nama merek tersebut dan memakai produknya. Trio motor memakai strategi yang bagus dalam melaksanakan promosinya. Salah satu promosi yang dilakukan trio motor adalah dengan melakukan promosi di event CBR 250RR exhibiton. Mereka menyapa para pengunjung Duta Mall Banjarmasin yang melintas di booth CBR 250RR exhibiton, sehingga pengunjung dapat melihat secara langsung dan mengetahui berbagai fitur serta kelebihan dari CBR 250RR. Selain melakukan promosi pada sebuah event, mereka juga melakukan promosi dan iklan diberbagai media seperti media elektronik, media cetak, media internet, dan lain-lain. Semakin banyak promosi yang dilakukan dan semakin sering iklan tersebut muncul maka para calon konsumen semakin banyak mendapatkan informasi tentang produk yang diperkenalkan yang akan menarik perhatian dan minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, promosi menjadi faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian sepeda motor honda.

4) Tempat

Dari penelitian yang dilakukan, salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah tempat. Untuk membuat konsumen mengunjungi suatu tempat usaha, maka perusahaan harus mempertimbangkan dengan baik tempat yang akan dijadikan tempat usaha

tersebut. Selain untuk membuat konsumen berkunjung, perusahaan juga harus memperhatikan kenyamanan tempat agar konsumen merasa betah saat berkunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 56,7% (lima puluh enam koma tujuh persen) responden setuju lokasi Trio Motor Perintis Banjarmasin mudah ditemukan. Ada 66,7% (enam puluh enam koma tujuh persen) responden setuju bahwa fasilitas trio motor Perintis Banjarmasin lengkap dan nyaman. Kemudian ada 63,3% (enam puluh tiga koma tiga persen) setuju bahwa Trio Motor Banjarmasin memiliki tempat yang bersih dan nyaman saat dikunjungi. Trio motor Banjarmasin berlokasi di JL. Perintis Kemerdekaan No.45 AA, Ps. Lama, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70115. Lokasi tersebut berada di sekitar pertengahan kota Banjarmasin yang berarti mudah dilihat oleh para konsumen dan mudah dituju saat akan mendatangnya. Trio Motor Perintis Banjarmasin memiliki lokasi yang sering dilalui oleh pengendara dan pejalan kaki. Selain itu, Trio Motor Perintis Banjarmasin juga berlokasi dekat dengan pasar yaitu pasar lama, sehingga trio motor Banjarmasin memiliki peluang besar dalam meningkatkan konsumen. Setelah lokasi, Trio Motor Perintis juga memiliki fasilitas yang lengkap untuk memuaskan pelanggan di antaranya adalah ruang tunggu, internet corner, cafetaria, kids corner, dan lain-lain. Fasilitas sangat penting untuk diperhatikan agar bisa membuat konsumen merasa betah dan nyaman saat bertransaksi atau menunggu antrian servis. Setelah itu, kebersihan juga harus dijaga agar tidak menyebabkan keresahan para pengunjung atau konsumen saat berkunjung ke tempat usaha. Kenyamanan tempat akan membuat konsumen tidak merasa keberatan saat harus menunggu proses transaksi ataupun servis yang biasanya memakan waktu lama. Trio Motor Perintis memiliki fasilitas yang membuat para konsumennya nyaman salah satunya karena ruang tunggu yang tidak panas dan internet corner yang bisa digunakan saat sambil menunggu antrian dan lain-lain, ada juga kids corner yang akan membuat anak-anak tidak merasa bosan saat menunggu orang tuanya melakukan transaksi atau kegiatan lainnya. Oleh karena itu, faktor tempat sangat berpengaruh bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

5) Pelayanan

Saat ini pelayanan menjadi perhatian para konsumen. Jika konsumen mendapatkan pelayanan yang baik, maka mereka akan merasa senang dan puas karena mereka merasa dihargai. Pelayanan bisa menjadi faktor yang menarik pelanggan karena seperti yang kita ketahui bahwa pembeli adalah raja. Jika pelayanan dilakukan sebaik mungkin maka tingkat minat konsumen dalam membeli produk akan semakin besar. Sebaliknya, jika pelayanan dilakukan dengan kurang maksimal maka akan berakibat fatal bagi perusahaan karena bisa saja konsumen akan membatalkan pembelian akibat tidak puas atas pelayanan yang sudah diberikan.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa ada 73,3% (tujuh puluh tiga koma tiga persen) responden setuju bahwa karyawan Trio Motor Perintis Banjarmasin sangat ramah dan berpenampilan menarik. Kemudian responden yang setuju karyawan Trio Motor Perintis Banjarmasin memberikan pelayanan yang mudah dan cepat bagi konsumennya untuk melakukan pembelian ada 63,3% (enam puluh tiga koma tiga persen). Ada 73,3% (tujuh puluh tiga koma tiga persen) responden yang setuju bahwa para karyawan memberikan penjelasan yang detail dan mudah dipahami oleh konsumen. Selain itu ada 70% (tujuh puluh persen) responden yang setuju bahwa karyawan Trio Motor Perintis Banjarmasin sangat komunikatif terhadap konsumen.

Dalam melayani konsumen, kita harus memperhatikan kesopanan. Walaupun dalam keadaan yang tidak senang atau merasa kesal dengan tingkah laku konsumen ataupun faktor lain, kita harus sabar dan tenang tanpa menghilangkan rasa sopan saat memberikan pelayanan. Dengan begitu, konsumen akan merasa nyaman dengan pelayanan yang telah diberikan. Karyawan juga harus memperhatikan penampilan karena kesan pertama seseorang adalah dari penampilan yang dikenakannya. Jika penampilan yang dikenakan rapi dan sopan maka akan nyaman dipandang mata dan membuat kesan yang baik bagi lawan bicara. Pelayanan

yang diberikan dengan cepat dan tanggap akan membuat konsumen merasa puas. Setiap konsumen pasti ingin dilayani dengan cepat dan tanggap.

Pelayanan yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen adalah dengan menyampaikan suatu informasi atau pelayanan yang sesuai dengan apa yang dimaksudkan konsumen dan menjelaskan dengan cara yang mudah dipahami konsumen contohnya menyampaikan sesuatu dengan bahasa-bahasa sederhana yang umum dan mudah dimengerti konsumen. Jika bahasa-bahasa yang digunakan tidak mudah dipahami konsumen, maka otomatis akan memperlambat proses pelayanan karena konsumen akan terus bertanya apa maksud dari penjelasan yang telah diberikan. Penjelasan yang mudah dan cepat sangat bagus dilakukan dalam melakukan pelayanan. Trio Motor Banjarmasin memiliki karyawan yang sudah terlatih untuk melakukan pelayanan terbaik agar memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi para konsumen.

PENUTUP

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Trio Motor Banjarmasin, yaitu:

1) Harga Produk

Faktor harga produk sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian sepeda motor honda. Harga mempengaruhi tanggapan pelanggan dalam memilih barang yang akan dibelinya.

2) Kualitas

Kualitas merupakan faktor yang sangat penting dan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Semakin baik kualitas yang ditawarkan maka semakin banyak konsumen yang tertarik untuk membeli.

3) Promosi

Promosi merupakan hal berpengaruh dan penting diperhatikan oleh perusahaan, karena jika tanpa promosi maka akan sulit bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usahanya.

4) Tempat

Tempat juga berpengaruh dalam menarik minat pelanggan karena jika suatu tempat memiliki lokasi serta fasilitas yang nyaman maka pelanggan akan tertarik untuk berkunjung dan datang kembali.

5) Pelayanan

Faktor pelayanan juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian karena jika pelayanan tidak dilakukan dengan sebaik mungkin maka akan berakibat fatal terhadap penjualan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut. Mengenai harga produk, penulis menyarankan agar perusahaan tetap mempertahankan harga produk yang sesuai dan bersaing atau bahkan menetapkan harga yang lebih murah tanpa mengurangi kualitas produk agar bisa lebih menarik banyak pelanggan. Pada kualitas produk yang ditawarkan, hendaknya perusahaan terus meningkatkan kualitas produk lagi dengan memberikan inovasi-inovasi baru agar tidak ketinggalan dengan produk-produk dari merek lain. Perusahaan harus melakukan kegiatan promosi terus menerus dan dibuat lebih menarik dari promosi-promosi sebelumnya agar pelanggan tidak melupakan produk merek honda dan terus tertarik untuk membelinya. Mengenai tempat usaha, PT. Trio Motor Banjarmasin harus terus memperhatikan kenyamanan tempat dan fasilitas-fasilitas yang ada untuk menarik pelanggan datang kembali. Pada pelayanan yang diberikan PT. Trio Motor Banjarmasin, diharapkan para karyawan terus diberikan arahan dan bimbingan agar bisa memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan senang saat berkunjung dan melakukan transaksi.

REFERENSI

- Agustina Shinta, 2011, Manajemen Pemasaran, Universitas Brawijaya Press (UB Press), Malang.
- Babin, 2011, Menjelajahi Riset Pemasaran, Salemba Empat, Jakarta.
- Irmawati, L, I, 2014, Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit, Buku ajar pedoman praktis, Surabaya.
- J. Setiadi, Nugroho, 2008, Perilaku Konsumen, edisi revisi, cetakan pertama, kencana, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000, Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2001, Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, PT. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, 2008, Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, 2009, Manajemen Pemasaran 1, Edisi Ketigabelas, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, 2011, Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Bumi Aksara, Jakarta.
- Stanton, William, 1996, Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga, Andi Offset, Yogyakarta.