

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SECARA ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN USAHA CLOTHING PADA TOKO BAROKAH23STORE BANJARMASIN

Novia Berliani, Farida Yulianti, Hairul

Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan, NPM16310414
Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan, NIDN1121076901
Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan, NIDN1129077101
E-mail : noviaberliani22@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : 1) untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pelaku bisnis dan (2) untuk mengetahui strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan pada Toko Barokah23store Banjarmasin.

Toko Barokah23store Banjarmasin adalah sebuah toko yang bergerak dibidang jual beli pakaian olahraga. Toko Barokah23store berlokasi di Jl. Sungai Baru No.21 Banjarmasin

Tujuan penelitian pada Toko Barokah23store Banjarmasin adalah (1) untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pelaku bisnis dan (2) untuk mengetahui strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan pada Toko Barokah23store Banjarmasin.

Hasil dari penelitian berguna untuk (1) bisnis di masa akan datang dalam menggunakan strategi yang seharusnya agar dapat meningkatkan penjualan pada Toko Barokah23store Banjarmasin, (2) bisnis ini telah melakukan strategi pemasaran yang efektif bagi Toko Barokah23store Banjarmasin untuk meningkatkan keseluruhan strategi yang telah ada untuk meningkatkan penjualan yang sudah meningkat untuk ditingkatkan lagi dan proses pemasaran yang dilakukan hendaknya juga berdasarkan selera konsumen, sehingga meminimalisir resiko yang didapat.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan

ABSTRACT

Shop Barokah23store Banjarmasin is a shop engaged in buying and selling sports clothing. The Barokah23store store is located on Jl. Sungai Baru No.21 Banjarmasin.

The purpose of the research at Banjarmasin Barokah 23 Store Store is (1) to find out the marketing strategies undertaken related to business and (2) to find out the marketing strategies carried out at Banjarmasin Barokah Shop Store.

The results of the study are useful for (1) future businesses will use appropriate strategies to increase sales at the Banjarmasin Barokah 23store Shop, (2) this business has carried out an effective marketing strategy for Banjarmasin Barokah23store Stores to improve the strategies provided to increase sales which has increased to improve again and the marketing process carried out should also be in accordance with the tastes of consumers, thereby minimizing the risk obtained.

Keyword : Marketing strategy, Sales

PENDAHULUAN

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya. Bisnis di bidang olahraga ini tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis clothing untuk terus meningkatkan penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat.

Melihat dari perkembangan tren kaos bola atau jersey untuk anak muda yang terus meningkat menimbulkan persaingan yang ketat antar produsen dalam usaha merebutkan perhatian konsumen yang ada di pasar untuk membeli produknya. Dengan semakin pesatnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan jersey bola di kalangan pecinta olahraga futsal, bisnis clothing jersey bola dan kaos ini bisa menjadi sumber pemasukan yang menguntungkan.

Kaos bola sendiri disebut jersey karena kaos bola menggunakan bahan yang bernama jersey. Kain jersey sendiri berasal dari kepulauan Channel, antara Inggris dan Perancis. Pulau Jersey terkenal sebagai penghasil sapi yang memiliki kadar lemak tertinggi. Karena kain jersey sudah terkenal sebagai bahan dari kaos bola maka pulau Jersey ini menjadi semakin terkenal. Bahan jersey ini adalah jenis dari tekstil rajutan yang terbuat dari katun dan campuran sintetis, dan lebih tebal dari spandex serta tidak mudah berbulu. Kain Jersey digemari karena sifat bahannya yang fleksibel, lentur dan mudah menyerap keringat jadi nyaman untuk digunakan berolahraga.

Persaingan yang semakin ketat terjadi di dalam bisnis penjualan jersey bola karena kendala utamanya adalah besarnya persaingan bisnis yang membuat harus kreatif dan inovatif dalam memilih produk yang dijual.

Pelaku bisnis harus bisa menemukan cara untuk memudahkan konsumennya untuk memasarkan produk yang akan dijual. Sehingga pada era ini banyak sekali sistem bisnis online shop yang bermunculan. Mengingat proses penjualan yang mudah diakses dan cepat menjadikan online shop banyak digemari oleh konsumen.

Toko Barokah23store Banjarmasin hanya menggunakan sosial media dalam memasarkan produknya. Sehingga sebagian besar konsumen/pelanggan berasal dari orang-orang yang mengikuti akun sosial media yang digunakan.

Peluang usaha pun pasti memiliki tingkat persaingan yang tinggi maka harus pandai melakukan strategi pemasaran agar tidak tersingkir dari persaingan bisnis tersebut. Teknik promosi memasarkan kaos bola bisa menggunakan media online dengan tujuan memperluas sistem jualan. Dengan cara ini bisnis akan mudah dikenali dan mendapatkan lebih banyak pengunjung mengingat saat ini setiap orang mencari informasi menggunakan internet untuk kegiatan sehari-hari.

Menurut Candra (2002:93) mengungkapkan bahwa strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.

Tabel 1

Tahun	Penjualan	
	Januari-juni	Juli-desember
2016	1.600	1.400
2017	1.000	1.000
2018	1.200	900
2019	900	800

Sumber : Toko Barokah23store Banjarmasin, Tahun 2019.

Berdasarkan table diatas, dapat diketahui bahwa dalam periode 4 tahun terakhir jual beli clothing Toko Barokah23store Banjarmasin mengalami penurunan jumlah pembelian, maka dapat diduga beberapa konsumen di Toko Barokah 23store Banjarmasin pindah ke tempat lain.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai analisis strategi pemasaran secara online untuk meningkatkan penjualan usaha clothing yang kemudian akan dituangkan dalam bentuk tulisan ilmiah yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Clohing Pada Toko Barokah23store Banjarmasin”.

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1) Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Toko Barokah23Store 2) Bagaimana alternatif strategi yang dapat diterapkan Toko Barokah23Store untuk memenangkan persaingan dalam bisnis Clothing ?

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian adalah : 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pelaku bisnis dan (2) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan pada Toko Barokah23store Banjarmasin.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif definisi penelitian deskriptif adalah menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu cara yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan sikap orang-orang yang diamati.

Untuk mempermudah analisis pembahasan terhadap penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai bahan analisis untuk dijadikan dalam bentuk skripsi.

Metode yang digunakan sebagai berikut:

1. Library Research (Kepustakaan)

Adalah melakukan penelitian kepustakaan atau studi literature dengan mempelajari buku-buku dan artikel yang diambil dari internet, atau tulisan-tulisan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas guna mendukung kajian pustaka dalam membahas pokok masalah yang diteliti.

2. Lokasi penelitian

Penelitian bertempat di Toko Barokah Store Jl. Sungai Baru No.21, Sungai Baru, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70122.

3. Pengertian Data

Data adalah catatan atas kumpulan fakta yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Data bisa berujung suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa maupun simbol-simbol lain nya yang bisa kita gunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, objek, kejadian maupun suatu konsep.

Informasi merupakan hasil pengolahan dari sebuah model, formasi, organisasi, ataupun suatu perubahan bentuk dari data yang memiliki nilai tertentu, dan bisa digunakan untuk menambah pengetahuan bagi yang menerimanya. Dalam hal ini, data bisa saja dianggap sebagai objek dan informasi adalah suatu subyek yang bermanfaat bagi penerimanya. Informasi juga bisa disebut hasil pengolahan ataupun pemrosesan data.

4. Jenis Data Penelitian

Untuk menyusun suatu karya ilmiah diperlukan data, baik berupa data primer maupun data sekunder, yaitu akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Data Primer

Adalah data yang diperoleh secara langsung yang berasal dari pengamatan langsung perusahaan dimana jenis data yang diperoleh adalah data tentang kegiatan usaha.

2) Data Sekunder

Merupakan sumber data penelitian yang didapat secara tidak langsung dari sumbernya seperti buku-buku literatur, majalah, dan catatan yang telah lalu (dokumen) yang menyangkut data tentang strategi pemasaran.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian yang terpenting dalam suatu penelitian bahkan merupakan suatu keharusan bagi seorang peneliti. Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan beberapa metode dalam proses pengumpulan data antara lain :

(1) Kepustakaan

Adapun materi penelitian tambahan terdiri dari referensi buku-buku dan artikel yang diambil dari internet guna mendukung kajian pustaka dalam membahas pokok masalah yang diteliti.

(2) Wawancara

Wawancara adalah suatu metode yang diterapkan dengan cara wawancara langsung dengan karyawan yang dianggap memahami dengan masalah tersebut.

(3) Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Alat yang digunakan dalam teknik observasi ini antara lain : buku catatan, kamera foto, lembar cek list, dll.

6. Analisis data

Dilakukan dengan pedoman pada data yang diperoleh dari penelitian lapangan dengan menggunakan data kualitatif. Yaitu mengumpulkan data-data yang diperoleh dilapangan dengan teori-teori dalam manajemen pemasaran khususnya dalam strategi pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Telah dikemukakan sebelumnya bahwa sasaran dari pada strategi pemasaran adalah pengembangan pemasaran yang lebih memuaskan dan menguntungkan bagi berbagai pihak yaitu konsumen. Pengambil keputusan yang dilakukan oleh manajemen pemasaran akan memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya.

Setiap keputusan yang diambil oleh pihak manajemen pemasaran akan selalu berada pada situasi yang kompleks dan penuh unsur spekulasi, pihak manajer atau pimpinan perusahaan dituntut untuk dalam pemasaran, sehingga keputusan yang diambil akan mencakup semua kebijakan dalam harga barang (jersey) yang dijual sesuai dengan selera konsumen.

Toko Barokah23store Banjarmasin merupakan toko yang bergerak dibidang clothing dari berbagai macam-macam jenis kaos yaitu jersey bola,kaos polo, T-shirt, dan aksesoris lain-lainnya. tentunya harus bersaing dengan ketat untuk memikat dan mengikat konsumen ataupun calon konsumen dengan cara pemasaran yang efektif.

2. Analisis dan Pembahasan

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan penjualan

Toko Barokah23store merupakan salah satu dari sekian banyak usaha apparel yang tumbuh dan berkembang di Banjarmasin dan bergerak dibidang clothing perorangan.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Barokah23store memang masih belum banyak mendukung unsur-unsur marketing mix seperti yang ditetapkan oleh perusahaan lain atau pesaing nya yang mempunyai situasi dan kondisi perusahaan yang berbeda. Penelitian ini melihat bahwa selama ini pihak Toko Barokah23store melakukan strategi pemasaran sebagai berikut :

1) Menetapkan jenis jersey yang dijual

Pada bagian terdahulu disebutkan penelitian bahwa Toko Barokah23store merupakan toko perseorangan yang bergerak dibidang usaha clothing dengan spesifikasi barang yang dijual dari bermacam-macam jenis kaos yang melalui proses pembelian dari pihak pertama yang sudah bagus dengan harga yang lumayan murah.

Dengan memberikan spesifikasi barang, secara langsung maupun tidak langsung toko telah menetapkan pula strategi pemasarannya kearah strategi pemasaran yang membedakan pasar, dimana perusahaan hanya melayani kebutuhan beberapa kelompok konsumen tertentu dengan jenis tertentu pula. Strategi pemasaran yang membedakan pasar yang dilakukan oleh perusahaan juga mengarah kegiatan pemasaran dan selain itu dengan menetapkan jenis produk, toko menetapkan pula volume (jumlah) pengambilam barang sesuai segmen penjualan yang dilakukan sehingga produk yang dijual mencapai target penjualan karena penentuan pengambilan atau pemilihan produk yang sesuai keinginan konsumen.

2) Menetapkan harga jual

Harga secara umum dapat didefinisikan sebagai salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan yang diperlukan untuk memperoleh sejumlah kombinasi dari barang yang dijual setelah melakukan spesifikasi dan membatasi jumlah harus memperlihatkan unsur lain dari marketing mix, yaitu harga lengkapnya, harga barang yang ditetapkan Toko Barokah23store berdasarkan kebijakan pemilik toko tersebut dan menyesuaikan dengan perkembangan ekonomi masyarakat serta selera konsumen terhadap perkembangan fashion di dunia olahraga.

3) Menetapkan strategi promosi

Selama ini promosi yang dilakukan oleh toko Barokah23store Banjarmasin adalah melalui personal selling dan promosi penjualan lewat media online seperti instagram dan facebook. Promosi penjualan dan personal selling yang dilakukan masih dalam tahap yang sederhana dengan memperlihatkan katalog produk yang ingin dijual.

4) Hasil penerapan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap volume penjualan

Berdasarkan tabel pertama yang peneliti gambarkan pada bagian pendahuluan dapat dilihat bahwa volume penjualan pada Toko Barokah23store mengalami penurunan, hal ini karena terjadi cukup banyaknya pesaing memiliki jenis clothing yang berbeda dengan harga yang sama dengan berbagai keunggulan yang beredar dikalangan masyarakat serta di iklankan

melalui berbagai media elektronik dan toko offline, sehingga alternatif pilihan bagi masyarakat dan remaja menjadi cukup banyak.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik toko yang dapat dilihat Dari beberapa aspek sebagai berikut :

(1) Produk clothing

Produk clothing yang dijual oleh Toko Baarokah23store harus disesuaikan dengan selera konsumen, segmen kesalahan adalah jenis produk tahun lama masih diperjual belikan yang akan memperlambat perputaran uang karena produk tersebut tidak terjual dikarenakan kurang peminat.

(2) Harga

Produk clothing yang dijual oleh Toko Barokah23store dari segi produk cukup dengan pesaing yang lain untuk produk yang sejenis, disini perusahaan Toko Barokah23store Banjarmasin memanfaatkan harga jual clothing yang lebih murah dengan kualitas lebih baik pasti akan menarik konsumen atau pembeli untuk membeli jersey di toko tersebut, kisaran jersey yang dapat dijual antara lain 160.000 dan baju kaos seperti polo atau T-shirt 55.000. Kisaran harga tersebut merupakan harga yang wajar untuk membeli satu pasang jersey bola dan baju kaos yang lain nya.

Oleh karna itu bisnis ini diharapkan memberikan penawaran harga yang menarik kepada konsumen sehingga konsumen tidak beralih kepada toko jersey lainnya.

(3) Promosi

Promosi yang dilakukan Toko Barokah23store Banjarmasin masih kurang karena selama ini hanya mengandalkan promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut (konsumen) yang sudah pernah membeli produk clothing yang dijual. Adapun peningkatan promosi yang dapat dilakukan berupa gabungan dari bauran promosi yang dilakukan oleh Toko Barokah 23store adalah dengan memberikan peningkatan terhadap pelaksanaan personal selling, promosi dan publisitas.

Sedangkan peningkatan promosi melalui beberapa unsur dari bauran promosi dapat dilakukan dengan memperkuat bentuk-bentuk promosi penjualan seperti pengiklanan di media online yang telah dilakukan maka konsumen akan lebih mengenal lebih luas toko ini serta mereka akan memberikan ulasan positif secara tidak langsung dari mulut kemulut pada calon konsumen lainnya.

2. Strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan dimasa akan datang untuk meningkatkan penjualan

Satu hal yang perlu di ingat oleh Toko Barokah23store Banjarmasin bahwa peningkatan strategi pemasaran yang akan dilakukan dengan melihat pada keadaan ekonomi masyarakat dan pangsa pasar yang ada, sehingga bisa meminimalisir resiko yang tidak di inginkan.

Adapun beberapa aspek yang diperlukan untuk meningkatkan penjualan sebagai strategi pemasaran yang dimasa akan datang, yaitu :

1) Promosi menggunakan internet marketing

Salah satu strategi pemasaran yang sedang giat dilakukan ialah internet marketing. Dengan menampilkan produk clothing yang dijual oleh Toko Barokah23store pada situs jejaring sosial, maka dapat mengetahui bagaimana selera konsumen dan apa yang mereka butuhkan. Semakin hari aktivitas jual beli online shop semakin marak dilakukan. Para konsumen cenderung ingin berbelanja dalam ruang yang lebih privat dan terhindar dari keramaian. Internet membuka pintu yang lebar untuk berinovasi. Toko dapat menampilkan produk clothing yang dijual pada website, blog, facebook, olx, dan situs lainnya, dengan memasang foto-foto yang sekiranya dapat menarik konsumen. Dengan menggunakan internet marketing pihak toko juga dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa dibatasi ruang dan waktu dengan kenyamanan-kenyamanan tersendiri kepada konsumen.

2) Lokasi Strategis

Faktor terpenting dalam strategi pemasaran lainnya adalah masalah pemilihan tempat produksi toko Barokah23store ini. Selalu perhatikan tempat penjualan apakah sudah selalu berada pada di jalan yang sibuk dimana traffic lalu lalang orang sangat tinggi, itu merupakan strategi dalam membidik potensial konsumen. Maka usahakan untuk memilih lokasi yang tepat, selain itu jangan lupa untuk memilih tempat yang cukup strategis. Jika perlu, pilihlah di

dekat jalan raya sehingga mudah dilihat oleh orang-orang. Pemilihan lokasi yang strategis akan sangat memengaruhi minat konsumen.

3) Produk clothing yang terbaru dan up to date

Strategi pemasaran ini juga penting bagi pelaku di bidang clothing disarankan untuk memilih merek atau jenis clothing yang berkualitas agar banyak peminat. Selain itu pastikan setiap tahun katalog produk diperbarui, sebab hal ini akan menjadi salah satu daya tarik konsumen yang dilihat oleh para pembeli seringkali melihat model yang itu itu saja konsumen akan mempertimbangkan dalam membeli jersey.

4) Perluas koneksi dan relasi

Memperluas koneksi yang dimiliki dalam sebuah bisnis merupakan hal yang sangat penting guna keberlangsungan suksesnya usaha yang dimiliki. Dengan adanya koneksi, tentu pelaku bisnis mendapat barang, mempromosikan bisnis serta mendapatkan konsumen dengan mudah karena adanya koneksi yang telah dijalin sebelumnya. Kekuatan jaringan relasi ini lah yang tentunya akan membantu dan menjual berbagai macam jersey dan aksesoris yang lain nya dengan sangat mudah.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis diatas, mengenai strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan penjualan pada Toko Barokah23store Banjarmasin maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Toko Barokah 23store Banjarmasin adalah usaha yang bergerak dibidang apparel olahraga dengan berbagai jenis clothing yaitu jersey bola,kaos polo,T-shirt dan aksesoris lainnya. dalam aktivitas pemasarannya mengalami penurunan penjualan, Toko Barokah23store telah melakukan strategi bauran pemasaran secara sederhana sesuai dengan keadaan kondisi usaha.
2. Cara memperkenalkan produk pada konsumen atau calon pembeli pemilik usaha cukup memperhatikan masalah promosi dilihat dari produk clothing yang dipasarkan, terdiri dari pemasaran lewat media online dan promosi penjualan mulut ke mulut dapat membuat penjualan lebih meningkat.
3. Dengan penjualan sistem online dapat memudahkan konsumen untuk mencari produk dan melakukan transaksi.

2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan tentang Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Clothing Pada Toko Barokah23store Banjarmasin di atas, maka saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1) Dalam rangka usaha meningkatkan penjualan, hendaknya Toko Barokah23store Banjarmasin memiliki alternatif yang tepat dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran dengan kata lain agar toko memperhatikan strategi bauran pemasaran yang tepat dilakukan seperti melakukan strategi pemasaran.

2) Sebaiknya pihak Toko Barokah23store Banjarmasin meningkatkan kegiatan promosinya dengan memperhatikan marketing internet dan pelayanan, dimana diharapkan mampu memikat para konsumen untuk keberhasilan pada pencapaian tujuan dari bisnis apparel ini. Untuk promosi dapat dilakukan dengan memasang foto-foto produk clothing di jejaring sosial atau media digital lainnya, tidak menutup kemungkinan bagi Toko Barokah23store Banjarmasin untuk meningkatkan lagi kegiatan pemasaran yang dilakukan hendaknya juga berdasarkan keadaan pasar dan selera konsumen, sehingga mengurangi resiko kerugian.

REFERENSI

Aprilyanda Nur Anisa. 2012. Strategi Pemasaran. (<http://www.AkademikMarketing.blogspot.com/2012/Strategi-Pemasaran-Aprilynda>)

Assauri, Sofjan, 2013, Manajemen Pemasaran, Jakarta : Rajawali Pers, PT. Raja Grafindo Persada.

Almilia, Luciana Spica, dan Robahi, Lidia, 2007, “Penerapan E – Commerce sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnias Perusahaan”, Surabaya.

Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran* “ Analisa perilaku konsumen “. Edisi pertama cetakan ketiga. BPFE- Yogyakarta, Yogyakarta.

Chandra, Gregorius. 2002. Strategi dan Program Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset

Kotler, and Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi ke dua belas, Diterjemahkan oleh Bob Sabran, Penerbit Erlangga, Jakarta Juwandi, Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P. and G. Armstrong. 2004. Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan. Jakarta:Penerbit Indeks

Kotler Philip dan Keller Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13

Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran* Edisi Milenium, Jilid I, Jakarta Prehallindo

Uma Sekaran, 2007, Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Jakarta : Salemba Empat

Purwanto, I. 2008. Manajemen Strategi. Bandung:CV Ryama Widya

Sanusi, 2011, “Metode Penelitian Bisnis”, Salemba Empat, Jakarta. Sugiyono, 2006, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”, Bandung, Alfabet