

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI EKOWISATA MANGROVE PASARBANGGI KABUPATEN REMBANG

Rizky Hadi Saputra & Sri Suryoko
Saputrarizky789@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study was to determine the factors that influence tourist visiting decisions in Pasarbanggi Mangrove Ecotourism Rembang Regency. This type of research uses exploratory research with data collection methods using interviews and data collection tools using questionnaires with a sample of 100 respondents of Mangrove Marketbanggi Ecotourism tourists in Rembang Regency. using the Accidental Sampling method. The analysis technique uses validity test, reliability test, and factor test with SPSS 21.0. From the results of the study indicate that the quality of service influences the decision to visit by 80.1%, the location influences the decision to visit by 70.9%, the rate influences the decision to visit by 82.8%, the attractiveness influences the decision to visit by 78.0%. This means that the better the quality of service, tariff, location and attractiveness, the higher the decision to visit the Pasarbanggi Mangrove Ecotourism Rembang Regency. Tariff variables on visiting decision variables have a greater influence than service quality, location and attractiveness variables. Based on the results of the research, the researcher suggested that Ekowisata Mangrove Pasarbanggi management in Rembang Regency make improvements and control on service quality by paying more attention to tourists, adding employees at certain times to maximize service to tourists, and adding incomplete facilities for the convenience of consumers.*

Keywords: *Service Quality, Location and Rates, Attractiveness and Purchase Decisions*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Tipe penelitian menggunakan exploratory research dengan metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan alat pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel sebesar 100 responden wisatawan Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. menggunakan metode Accidental Sampling. Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji Faktor dengan SPSS 21.0. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung sebesar 80,1%, lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung sebesar 70,9% tarif berpengaruh terhadap keputusan berkunjung sebesar 82,8%, daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung sebesar 78,0%.. Artinya semakin baik kualitas pelayanan, tarif, lokasi dan daya tarik maka semakin tinggi keputusan berkunjung pada Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Variabel tarif terhadap variabel keputusan berkunjung berpengaruh lebih besar daripada variabel kualitas pelayanan, lokasi dan daya tarik. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar pengelola Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang melakukan perbaikan dan kontrol pada kualitas pelayanan dengan lebih memerhatikan wisatawan, menambah karyawan pada waktu-waktu tertentu untuk memaksimalkan pelayanan kepada wisatawan, serta menambah fasilitas-fasilitas yang kurang lengkap demi kenyamanan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Tarif, Daya Tarik dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Pada perkembangan zaman saat ini membawa banyak perubahan terhadap sektor pariwisata, Sektor pariwisata yang menjadi unggulan adalah wisata alam karena keindahan alamnya yang istimewa, Salah satu bukti perkembangan pariwisata begitu pesat adalah semakin banyaknya wisata alam di berbagai pelosok daerah dengan memanfaatkan kekayaan alam seperti daerah pantai, air terjun, danau maupun pegunungan yang dikembangkan menjadi beberapa objek wisata yang dikunjungi oleh para wisatawan domestik maupun mancanegara. Maraknya ekowisata yang berkembang di berbagai daerah yang memiliki kekayaan alam tersebut maka muncul ekowisata mangrove, yaitu adalah hutan yang tumbuh di air payau, dan dipengaruhi oleh pasang-surut air laut. Hutan ini tumbuh khususnya di tempat-tempat di mana terjadi pelumpuran dan akumulasi bahan organik. Maka berdiri sebuah Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang.

Berdasarkan data dan penelitian terdahulu diketahui bahwa kunjungan Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. pada tahun 2014 – tahun 2017 belum mampu mencapai target yang ditetapkan, bahkan mengalami penurunan pencapaian target hampir pada tahun 2016. Disadari oleh pengelola, belum tercapainya target kunjungan Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. disebabkan berkurangnya kunjungan wisatawan dan banyaknya wisata baru yang bersaing ketat dengan menampilkan fasilitas dan sarana terbaik yang berkualitas dan berbeda. sehingga mampu merebut hati wisatawan untuk melakukan keputusan berkunjung. Hal ini menuntut Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. harus melakukan strateg-strategi pemasaran, seperti melakukan inovasi-inovasi pada tempat wisatanya dan memperbaiki kualitas pelayanannya. kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Dalam bidang pariwisata berbentuk ekowisata tidak terlepas dari proses pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah pemenuhan kebutuhan yang diharapkan pelanggan dari tingkat kemampuan (ability) yang diberikan oleh perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan memuaskan atau sesuai yang diharapkan oleh konsumen maka konsumen akan puas dengan pelayanan yang diberikan. Maka kualitas pelayanan ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Banyaknya pesaing pada bidang yang sama strategi yang diterapkan tidak hanya pada kreatifitas dan inovasi pada produk, tetapi juga pada harga yang bersaing. Harga juga merupakan faktor yang sangat penting, karena penetapan harga mempertimbangkan kualitas atau kuantitas yang diberikan. Bila dipergunakan secara tepat, maka harga dapat menjadi senjata strategik untuk bersaing secara efektif (Tjiptono, 2015). Tinggi rendahnya harga akan mempengaruhi tingkat penjualan. Menurut Rambat Lumpiyoadi (2001:158), produk atau jasa yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatife murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Dari teori tersebut dapat diartikan harga yang relatif rendah dengan dengan kualitas yang sama maka konsumen akan cenderung memilih produk dengan harga yang lebih murah. Tetapi harga juga sejalan dengan kualitas produk apabila kualitas produk itu tinggi maka harga yang ditetapkan juga akan tinggi. Maka dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan bagaimana strategi penetapan harga yang akan ditetapkan.

Dalam kaitannya dengan peningkatan keputusan pembelian ada beberapa faktor yang dapat membuat konsumen menjadi lebih tertarik dengan produk perusahaan tersebut. Perusahaan harus jeli dalam mengamati perilaku konsumen yang selalu berubah-ubah supaya dapat mempertahankan dan memperlebar pangsa pasar, di antaranya adalah pengamatan mengenai apa yang diinginkan konsumen dan faktor-faktor yang mendasari atau mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan berkunjung di antaranya adalah kualitas pelayanan, lokasi, tarif, daya tarik dan keputusan berkunjung.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan oleh penulis diatas, maka penelitian ini diberi judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang”**.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam keputusan berkunjung pada Ekowisata Mangrove di Pasar Banggi Kab. Rembang?

Tujuan penelitian ini yaitu : Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi wisatawan dalam keputusan berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Rembang.

KERANGKA TEORI

Menurut Kotler (2002:83) definisi kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan antara lain : (1)*Realibility* (2)*Responsiveness* (3)*Assurance* (4)*Empathy* (5)*Tangibles*.

Menurut Swastha (2002:24) Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) menyatakan Tarif adalah sejumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa. Indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain : (1)keterjangkauan harga yang dimiliki kafe Mom Milk Semarang (2)harga produk dibandingkan dengan harga kafe lain (3)kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Menurut Aby Legawa (2008) Destinasi wisata merupakan suatu entitas pada suatu wilayah geografis tertentu yang didalamnya terdapat komponen produk pariwisata dan layanan, serta unsur pendukung lainnya seperti pelaku industri pariwisata, masyarakat dan institusi pengembang yang membentuk suatu sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan & totalitas pengalaman kunjungan bagi para wisatawan

Menurut Kotler (1996:70) menyatakan bahwa Keputusan berkunjung merupakan tindakan nyata seorang konsumen dan merupakan mutu tindakan yang meliputi kemantapan pada sebuah produk, memberikan rekomendasi pada orang lain, dan melakukan pembelian ulang Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian antara lain : (1)Frekuensi kunjungan (2)Kemantapan (3)Rekomendasi (4)Kunjungan ulang.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *exploratory research* yaitu penelitian yang dimaksud penelitian yang bersifat menggali secara mendalam terhadap suatu objek. Hal ini dikarenakan belum adanya penelitian terdahulu mengenai keputusan berkunjung yang relevan di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Rembang. Penelitian ini menyimpulkan sejumlah hal penting terkait dengan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Didasarkan pada uji analisis faktor model *exploratory*, faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang terdiri dari kualitas pelayanan, lokasi, tarif dan daya tarik. Dalam penelitian ini mendapatkan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang adalah tarif.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *Non-probability Sampling* yaitu teknik *Accidental Sampling*, teknik *Accidental Sampling* adalah mengambil sampel secara kebetulan. Menurut Cooper dan Emory (1996:221) dituliskan bahwa formula dasar dalam menentukan ukuran sample untuk populasi yang tidak terdefiniskan secara pasti jumlahnya sample ditentukan secara langsung sebesar 100 responden. Peneliti menggunakan sampel langsung, sebanyak 100 dikarenakan jumlah wisatawan Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang tidak dapat didefinisikan secara pasti jumlahnya. Untuk itu sampel yang di ambil dari populasi harus benar – benar

representative atau mewakili. Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang cukup mewakili untuk diteliti.

PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan menjadi salah satu faktor utama bagi wisatawan yang berkunjung di ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Kualitas yang optimal dapat mempertahankan kedudukan pengunjung lama dan yang baru, kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek vital bagi sebuah pengelolaan tempat wisata untuk meningkatkan mutu dan loyalitas wisatawan. Oleh karena itu memberi kualitas pelayanan yang terbaik sangatlah mutlak dilakukan untuk menghindari ketidakpuasan wisatawan setelah berkunjung. Kualitas pelayanan meliputi sumber daya manusia dengan kemampuan memberikan pelayanan dan berkomunikasi dengan wisatawan. Responden merasa pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, meskipun belum secara keseluruhan. Petugas tempat wisata dianggap mempunyai kesiapan dan kemampuan yang baik ketika memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh wisatawan, serta petugas selalu berusaha memberikan keramahan terhadap para wisatawan. Namun demikian, petugas dianggap masih kurang baik dalam hal berpenampilan dan kurangnya *tourguide* di tempat wisata tersebut, jika hal ini dioptimalkan, maka kan dapat menunjang kenyamanan wisatawan.

Faktor selanjutnya yaitu lokasi. Menurut Assauri (1980:59), lokasi yang strategis akan mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam melakukan kunjungan. Responden menilai lokasi tempat wisata strategis, karena mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi maupun umum sehingga tidak terlalu membuang waktu dan biaya di perjalanan karena lokasinya yang sangat dengan jalan raya. Lokasi Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang dinilai responden memiliki ketersediaan tempat parkir yang memadai, sehingga wisatawan yang datang berkunjung tidak harus berebut tempat parkir dengan pengunjung lain.

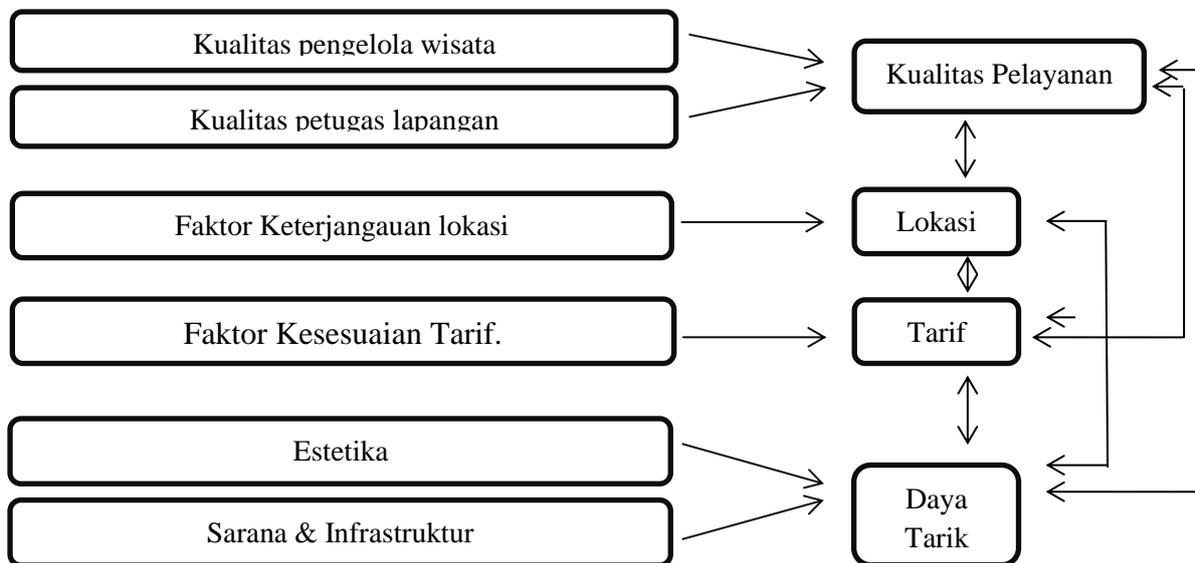
Dalam penelitian ini ditemukan bahwa tarif menjadi salah satu faktor wisatawan berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Hal ini sesuai dengan pendapat (Engel, Blackwell dan Minia rd, 1996) yang mengatakan bahwa tarif adalah salah satu faktor penting wisatawan dalam mengambil keputusan untuk melakukan kunjungan atau tidak. Responden menganggap bahwa tarif yang ditetapkan termasuk wajar jika dibanding dengan tempat wisata lainnya, responden juga memberikan penilaian berupa keterjangkauan tarif yang ditetapkan sudah sangat sesuai masuk akal dan tentunya memberikan kesan yang baik bagi tempat wisata yang termasuk dalam ekowisata karena tujuan utama wisata ini adalah memberikan wisatawan akan lebih peduli dengan mangrove dan tidak mementingkan akan keuntungan dari pihak pengelola semata, meskipun terlihat terjangkau namun hal itu sudah sesuai dengan tujuan dalam mengembangkan tempat wisata tersebut, kebijakan penetapan harga tentunya disesuaikan dengan manfaat yang diperoleh wisatawan serta kualitas tempat wisata tersebut sehingga wisatawan akan merasakan kepuasan dengan biaya yang dikeluarkan atas manfaat dan kualitas yang dinikmatinya. Hal ini merupakan salah satu pertimbangan wisatawan berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang, sesuai dengan perhitungan skor rata-rata variabel tarif pada tabel 3.2.18 yang menunjukkan skor tertinggi dibandingkan skor rata-rata variabel lainnya.

Daya Tarik menjadi salah satu faktor penting wisatawan berkunjung ke Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Sesuatu yang berbeda dibanding dengan tempat wisata lainnya merupakan hal yang menjadikan wisatawan tertarik untuk mengunjunginya. Responden menilai bahwa keunikan yang ada tempat wisata tersebut menjadi faktor penting daya tarik bagi wisatawan, maka perlunya pihak pengelola memaksimalkan keunikan tempat wisata tersebut agar menambah nilai jual bagi wisatawan. Hal ini merupakan salah satu pertimbangan wisatawan berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang, sesuai dengan perhitungan skor rata-rata variabel daya tarik pada tabel 3.2.26 yang menunjukkan skor tertinggi dibandingkan skor rata-rata variabel lainnya. Diikuti oleh kedua faktor penunjang daya tarik seperti keindahan destinasi wisata dan adanya variasi arena tempat wisata. Namun faktor keamanan masih menjadi perhatian karena responden menilai bahwa keamanan tempat wisata tersebut masih belum maksimal, oleh karena itu perlu diperbaiki agar dapat menunjang daya tarik tempat wisata tersebut menjadi lebih baik.

Terkait dengan model penelitian ini, beberapa faktor diatas dikelompokkan ke dalam masing-masing faktor berdasarkan perhitungan uji analisis faktor, variabel kualitas pelayanan dikelompokkan menjadi dua faktor yaitu faktor kualitas pengelola wisata yang meliputi keramahmataman pengelola wisata, penampilan pengelola wisata dan reputasi pengelola. Sedangkan faktor kedua kualitas petugas lapangan yang meliputi kemampuan petugas dalam melayani kebutuhan wisatawan, kesiapan petugas dalam melayani wisatawan, kejelasan informasi kepada wisatawan dengan baik dan ketersediaan tour guide.

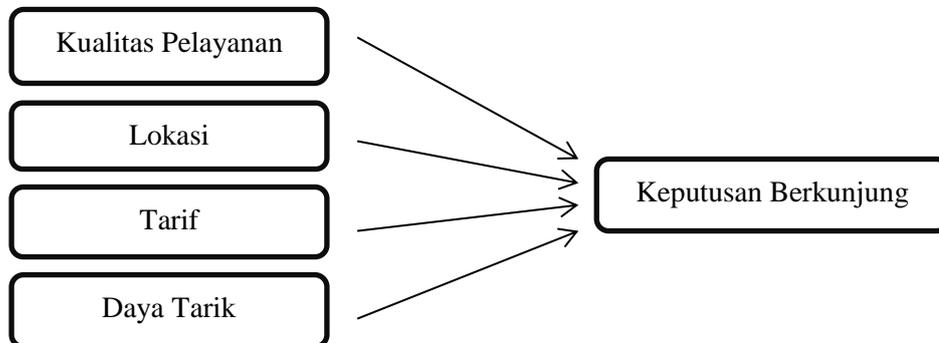
Dalam uji analisis faktor, variabel lokasi hanya memiliki satu faktor saja yaitu keterjangkauan lokasi yang meliputi Akses transportasi yang mudah, kemudahan wisatawan menjangkau lokasi dan ketersediaan parkir di lokasi wisata. Variabel tarif hanya memiliki satu faktor yaitu kesesuaian tarif yang meliputi indikator dari Kesesuaian tarif dengan manfaat yang diperoleh, Keterjangkauan tarif yang ditetapkan pengelola dan Kesesuaian tarif dengan kualitas dan fasilitas yang didapat wisatawan Daya tarik dikelompokkan menjadi dua faktor, yaitu faktor pertama berupa estetika yang meliputi Keindahan destinasi wisata, Keunikan destinasi wisata, Kebersihan destinasi wisata dan Keamanan tempat wisata. Serta faktor kedua yang berupa sarana & infrastruktur yang meliputi Kualitas sarana dan infrastruktur yang tersedia, Kelengkapan fasilitas pendukung dan Variasi arena wisata.

Beberapa faktor dari masing masing variabel diatas dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: *Data primer yang diolah, 2018*

Dengan demikian, jika dikaitkan dengan variabel Keputusan Berkunjung, maka model yang terbentuk adalah sebagai berikut.



Sumber: *Data primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan hasil pengujian dengan analisis faktor maka didapatkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung, dilanjutkan dengan pengujian analisis regresi linier berganda. Dengan pengujian regresi linier berganda dihasilkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan, Variabel Tarif dan Variabel Daya Tarik bersama-sama memberikan pengaruh yang positif, serta variabel Tarif signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Berarti semakin baik Tarif yang diperoleh wisatawan maka variabel tersebut dapat mempengaruhi keputusan Berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji regresi linier berganda variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,088, Lokasi (X2) sebesar -0,078, Tarif (X3) adalah 0,869, Daya Tarik (X4) sebesar 0,285.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden yang telah dilakukan Faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang terdiri dari kualitas pelayanan, lokasi, tarif, daya tarik dan keputusan berkunjung. Penelitian ini mendapatkan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang adalah tarif. Hal ini berdasarkan perhitungan rata-rata variabel yang menunjukkan bahwa variabel tarif memiliki skor tertinggi dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu 3,77. Faktor dari variabel kualitas pelayanan terbagi menjadi dua faktor, yaitu faktor kualitas pengelola wisata dan faktor kualitas petugas lapangan. Faktor dari variabel lokasi meliputi keterjangkauan lokasi. Variabel tarif meliputi faktor kesesuaian tarif. Faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang berdasarkan variabel daya tarik terbagi menjadi dua faktor yaitu faktor estetika dan faktor sarana & infrastruktur. Faktor estetika meliputi keindahan destinasi wisata, keunikan destinasi wisata, kebersihan destinasi wisata dan keamanan destinasi wisata. Adapaun faktor sarana & infrastruktur meliputi kualitas sarana dan infrastruktur yang tersedia, kelengkapan fasilitas pendukung dan variasi arena wisata. Responden dalam penelitian di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang berkunjung karena menyukai dengan daya tarik berupa keindahan dan keunikannya yang tidak dapat ditemukan di tempat wisata lain.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan di atas, maka diajukan saran – saran untuk melengkapi hasil penelitian sebagai berikut: (1) Perlu adanya perbaikan dalam penampilan dari petugas wisata yang ada di lapangan, karena dengan adanya penampilan yang menarik tentunya menjadikan ciri khas tersendiri serta memberikan image yang baik dari para wisatawan dan lebih merasa puas. Ketersediaan tour merupakan hal yang paling perlu diperbaiki karena keberadaannya dengan 2 petugas saja dianggap belum sesuai kebutuhan akan menghambat jalannya kegiatan para wisatawan sehingga menimbulkan kurangnya kejelasan penyampaian informasi kepada para wisatawan yang berkunjung. (2) Faktor tempat parkir yang berjauhan dengan masuknya ke dalam tempat wisata perlu dibenahi mengingat banyaknya keluhan para wisatawan yang berkunjung harus berjalan kaki sejauh 500m. Pembinaan yang berhubungan dengan lokasi ini bertujuan agar dapat mengurangi keluhan wisatawan yang berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbangi Kabupaten Rembang atas kekurangannya sehingga dapat memudahkan kunjungan wisatawan ke depannya. (3) Alangkah baiknya pengelola membuat loket masuk didepan tempat wisata, karena hal tersebut terkesan lebih menyambut wisatawan yang berkunjung serta dapat menambah pendapatan yang dapat digunakan untuk pengelolaan tempat wisata tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus, I Gusti. 2016. *Pemasaran Pariwisata*. Edisi Pertama. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Berry, L. Leonard and Parasuraman. 1991. *A Marketing Service*. New York: The Free Press.
- Cooper, R. Donald dan Emory William C. 1996. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke Dua Belas Jilid 1. PT Indeks. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andis.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.