

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN LAYANANAN  
GRABFOOD DI KECAMATAN ILIR BARAT I PALEMBANG PADA  
SAAT PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**Nama : Radami Karmansyah**

**Nim : 212016050**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2020**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN  
GRABFOOD DI KECAMATAN ILIR BARAT I PALEMBANG PADA  
SAAT PANDEMI COVID-19.**

Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada

Program Starta Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang



**NAMA : Radami Karmansyah**

**NIM : 212016050**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2020**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Radami Karmansyah  
NIM : 212016050  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Grabfood di Kecamatan Ilir Barat I Palembang Pada Saat Pandemi Covid-19.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.



Palembang,

2020

Radami Karmansyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul: Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen  
Dalam Menggunakan Layanan Grabfood di Kecamatan Ilir Barat I  
Palembang Pada Saat Pandemi Covid-19.

Nama : Radami Karmansyah  
NIM : 212016050  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada, 2020



Pembimbing I

  
DR. Hj. Sri Rahayu, S.E., M.M  
NIDN: 0206016702

Pembimbing II

  
HJ. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si  
NIDN: 0216057001

Mengetahui

  
Dekan  
u.b. Ketua Program Studi Manajemen  
  
Zaleha Tjibandayani, S.E., M.Si  
NIDN: 0229057501

## ABSTRAK

### **Radami karmansyah/212016050/2020/Pengaruh Promosi dan kualitas Pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan grabfood di kecamatan ilir barat I Palembang saat pandemi covid-19**

Rumusan masalah dalam penelitian ini Adakah Pengaruh Promosi dan kualitas Pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan grabfood di kecamatan ilir barat I Palembang saat pandemi covid-19. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk, untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan kualitas Pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan grabfood di kecamatan ilir barat I Palembang saat pandemi covid-19. Jenis penelitian ini bersifat asosiatif sampel yang digunakan dalam penelitian ini 68 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner (Angket). Teknik Analisis data yang digunakan adalah analisis Regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan Ada Pengaruh Promosi dan kualitas Pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan grabfood di kecamatan ilir barat I Palembang saat pandemi Covid-19.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan konsumen.

## **ABSTRACT**

**Radami karmansyah/212016050/2020/** *The Influence of Promotion and Service Quality on Consumer decisions in using grabfood services in Ilir barat I Palembang during the covid-19 pandemic*

*The formulation of the problem in this study is there the effect of promotion and service quality on consumer decisions in using grabfood services in Ilir barat I Palembang during the covid-19 pandemic. This study was conduted to determine the influence of promation and service quality on consumer decision in using Grab Food Service in Ilir Barat 1 Palembang during Convid-19 Pandemic. This study was an associative research. The sample used in this study was 68 respondents with the sampling technique using purposive sampling, The data used in this study was primary data. The data collection method used was through a questionnaire. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this study indicated that there was an influence of promation and service quality on consumer decisions in using Grabfood Services in Ilir barat 1 Palembang during Convid-19 pandemic.*

*Keywords : Promotion, Service Quality, Consumer Decisions.*

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan rahmatnya sehingga tugas akhir yang berjudul **Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Grabfood di Kecamatan Ilir Barat I Palembang Pada Saat Pandemi Covid-19** dapat diselesaikan dengan tepat waktu yang telah di jadwalkan dan merupakan persyaratan untuk mencapai gelar serjana dalam ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Delam menyelesaikan tugas akhir ini tentu banyak didapatkan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terimah kasih terutama kepada Ayah, Taufik dan Ibu Dewi Darlina yang telah memberikan doa, motivasi dan kasih sayang yang tiada henti kepada saya.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
2. Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si, selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang
4. DR. Hj. Sri Rahayu, S.E, M.M dan HJ. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi
5. Ibu Juairiyah, S.E. M. Si selaku pembimbing Akademik

6. Dosen/staf Pengajar, staf akademik dan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
7. Responden yang telah membantu dalam mengisi koesioner
8. Sahabat-sahabatku dan teman-teman seperjuangan
9. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tugas akhir ini.

Disadari bahwa apa yang telah penulis sampaikan dalam tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan demikian Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Penulis

Radami Karmansyah



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG LUAR .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	x
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Sebelumnya .....	18
C. Kerangka Pemikiran.....	21
D. Hipotesis.....	21
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi Penelitian.....	23
C. Operasionalisasi Variabel.....	23
D. Populasi Dan Sampling .....	24
E. Data Yang Diperlukan.....	26
F. Metode Pengumpulan Data .....	26
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis .....	27
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Hasil Penelitian .....	36
B. Pembahasan Dan Hasil Penelitian.....	56
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>

A. Simpulan .....	60
B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di zaman modern ini dunia pemasaran saat ini terus berkembang dan berubah, dari konsep pemasaran tradisional menuju konsep pemasaran modern. Faktor-faktor meningkatnya jumlah pesaing, kecanggihan teknologi dan meningkatnya edukasi mengenai pemasaran, semakin mempercepat dan memacu para pelaku bisnis dalam melakukan inovasi pengembangan strategi untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan harapan konsumen. Pelaku bisnis dituntut untuk harus selalu mengetahui perubahan-perubahan yang terjadi pada pasar dan mampu menciptakan ide-ide yang kreatif agar produk yang ditawarkan dapat menarik perhatian konsumen, sehingga apa yang diinginkan oleh konsumen dapat terpenuhi dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Perkembangan dunia menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik, Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik.

Menurut Fandy Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen adalah promosi Menurut Kotler (2014;65) Promosi adalah proses komunikasi suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan sekarang, dan yang akan datang serta masyarakat.

Perkembangan strategi pemasaran yang semakin cepat tentunya menyebabkan para pelaku bisnis untuk terus berinovasi dalam melakukan persaingan, hal tersebut dapat dilihat dengan semakin banyaknya produk-produk baru dengan berbagai inovasi. Dunia bisnis yang semakin kompetitif ini ditanggapi oleh sejumlah industri maupun perusahaan yang sudah pada level Global. Dengan demikian, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan juga dipengaruhi oleh keadaan suatu negara salah satunya adalah tingkat pertumbuhan penduduk. Tingkat pertumbuhan penduduk yang terus naik berdampak juga terhadap tingkat kebutuhan masyarakat seperti transportasi.

Ketergantungan masyarakat yang tinggi terhadap transportasi menjadi alasan utama untuk terus mengembangkan bisnis transportasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Kemajuan teknologi informasi yang pesat memberikan pengaruh terhadap perkembangan bisnis transportasi. Kemajuan teknologi memberikan perubahan pada proses bisnis terutama pada proses transaksi. Salah satu kemajuan teknologi informasi yang memiliki kontribusi besar dalam perubahan tersebut yaitu internet. Internet menyediakan kepada perusahaan proses bisnis yang lebih cepat dan mudah dibandingkan dengan cara manual yang mengorbankan waktu dan biaya yang lebih besar.

Dengan banyaknya pengguna *smarthphone* di Indonesia serta kemajuan teknologi informasi yang semakin berkembang sehingga muncul transportasi umum yang berkembang menggunakan aplikasi dan dapat diakses menggunakan *smarthphone* atau biasa disebut dengan transportasi ojek *online* yang mampu mempermudah masyarakat yang akan berpergian dan tinggal menggunakan *smarthphone* maka transportasi ojek online akan datang.

Salah satu ojek online tersebut ialah Grab, dan Sekarang Grab hadir sebagai salah satu perusahaan jasa yang berbasis teknologi aplikasi gadget yang semakin memudahkan konsumen untuk mendapatkan jasa.

Grab adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek online, yang bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Perusahaan ini pertama kali berdiri di Malaysia pada tahun 2012. Grab merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industry transportasi ojek. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengendara ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan sehingga Grab dikembangkan di Negara-negara Asia Tenggara khususnya di Indonesia, dan salah satunya yaitu di Kota Palembang.

Kehadiran Grab di Kota Palembang adalah menjadi alat bantu aktivitas masyarakat sehari-hari seperti pengantaran penumpang, pengantaran paket dan pengantaran makanan, sekarang ini grabfood sangat di minati masyarakat dalam memenuhi kebutuhan di karenakan adanya pandemi Covid-19 Pemerintah telah memerintahkan masyarakat untuk menjaga jarak fisik dengan berkegiatan dirumah

*work from home* (WFH) salah satu kebutuhan pokok yang harus terpenuhi saat berada di rumah yaitu makanan, layanan pesan antar makanan bisa menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin membelikan makan tanpa harus keluar rumah.

Konsep pemasaran juga dapat digunakan dalam pemasaran organisasi-organisasi yang orientasi utamanya bukanlah pada keuntungan. Misalnya pandemi Covid-19 yang dalam beberapa bulan terakhir melanda seluruh negara-negara di dunia. Virus ini datangnya dari negara China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular sangat cepat dan telah menyebar ke wilayah lain di China dan beberapa seperti amerika, brazil, singapura dan termasuk negara Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang terinfeksi pandemi Covid 19 semakin pesat, hingga senin, 8 juni 2020 tercatat 32.033 orang positif virus corona. Diantaranya , 10.904 orang sembuh, dan 1.883 orang meninggal.

Salah satu penyebab Covid-19 mudah menyebar di Indonesia adalah karena Indonesia merupakan negara dengan sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia dan memiliki kontribusi devisa terbesar kedua di Indonesia setelah devisa hasil ekspor Kelapa Sawit, batubara dan Sektor pariwisata memiliki dampak jangka pendek dan jangka panjang pada perekonomian Indonesia. Dampak jangka pendek dapat dirasakan secara langsung, sedangkan dampak jangka panjang dapat dilihat dengan bertambahnya pendapatan nasional, namun dengan adanya virus Covid-19 semuanya tak lagi sama. Sektor pariwisata yang sekarang mengalami kelesuan sehingga daya beli menurun secara drastis karena

berkurangnya pengunjung baik turis mancanegara, yang secara otomatis pendapatan dan devisa yang di hasilkan dari sektor pariwisata semakin menurun.

Surat Edara (SE) yang dikeluarkan pemerintah pada 18 Maret 2020, segala kegiatan di dalam dan di luar ruangan di semua sektor yang terkait pariwisata dan ekonomi kreatif ditunda sementara waktu demi mengurangi penyebaran virus covid-19. Hal ini mengakibatkan sektor pariwisata menjadi lumpuh sementara, sehingga pengangguran semakin bertambah karena pariwisata merupakan salah satu wadah yang memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar tempat wisata maupun masyarakat dari luar. Bukan hanya sertor pariwisata yang mengalami kelumpuhan tetapi para karyawan dari jenis perusahaan lainnya ikut merasakan dampak dari pendemi Covid-19, yang dimana pekerjaan atau kegiatan yang biasanya dilakukan diluar rumah secara langsung sekarang terpaksa dilakukan di dalam rumah.

Penyebaran Covid-19 di Sumatera Selatan, khususnya di Palembang juga mulai menimbulkan banyak berita. Untuk mencegah penyebaran virus ini, sekolah-sekolah dari Taman Kanak-Kanak hingga perguruan tinggi untuk sementara melakukan aktifitas secara daring. Kantor-kantor membuat jadwal piket para karyawannya sehingga tetap dapat memberikan pelayanan yang diperlukan. Terlepas dari kesulitan dan kemudahannya, kondisi seperti ini mau tak mau harus dilakukan guna mencegah penularan virus supaya pertambahan jumlah kasusnya dapat ditekan. Upaya pemerintah juga dilakukan agar semua informasi dapat dipahami dan ditaati oleh masyarakat.

Peneliti telah melakukan wawancara kepada 30 pengguna layanan grabfood dari hasil wawancara tersebut peneliti menemukan beberapa alasan konsumen menggunakan layanan Grabfood saat pandemi covid-19, yang ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 1.1  
Alasan konsumen memilih layanan Grabfood

No	Indikator	ST	TS
1	Grab memberikan voucer, diskon untuk layanan grabfood	18	12
2	Adanya promo gratis ongkir	16	14
3	Pembayaran non tunai	21	9
4	Grab memberikan pelayanan tanpa kontak langsung saat pandemi covid-19	24	6

Sumber: wawancara Pra Riset, 2020

Berdasarkan dari tabel prariset di atas dapat dilihat alasan-alasan konsumen memilih menggunakan layanan grabfood pada saat pandemi ini, dapat disimpulkan dari 30 responden yang menyatakan setuju Grab memberikan voucer diskon sebanyak 18 responden dengan alasan mendapatkan potongan harga yang lebih murah dari biasanya.

Sebanyak 16 orang menyatakan setuju Grabfood memberikan gratis ongkir dikarenakan uang yang harus dibayar lebih murah dari tarif normalnya.

Sebanyak 21 responden menyatakan setuju Grabfood memberikan layanan pembayaran non tunai dengan adanya pembayaran non tunai tentunya konsumen tidak perlu lagi membayar dengan uang tunai sebagai alat transaksi tentunya akan sangat membantu menghindari penyebaran Covid-19.



Sebanyak 24 responden menyatakan setuju Grabfood memberikan layanan tanpa kontak langsung dikarenakan grab memperhatikan keselamatan pelanggan dan mitra pengiriman, Grab bekerja sama dengan restoran-restoran untuk meningkatkan standar keamanan untuk layanan pesan-antar makanan yang mencakup prosedur kebersihan dan pengemasan makanan, jadi Grabfood menjadi pilihan utama konsumen dalam pesan antar makanan pada saat pandemi ini.

Grab memberikan vauker diskon dan gratis ongkir maka dengan adanya promosi dari Grab tentunya konsumen lebih tertarik menggunakan jasa Grabfood, dengan adanya Grabfood lebih memudahkan konsumen dalam memesan makanan tanpa harus mengantri lama tentunya lebih menghemat waktu dan lebih menjamin keselamatan konsumen dari penyebaran Covid-19,

Dari pernyataan diatas Grabfood memberikan kemudahan layanan kepada kosnsumen seperti, dengan pelayanan dan promosi yang diberikan oleh Grabfood, pelanggan memperoleh banyak kemudahan, dan dengan adanya layanan Grabfood tentunya akan sangat membantu konsumen dalam membeli makanan, konsumenpun dengan mudanya bisa memilih restoran pilihannya tanpa harus keluar rumah, dengan adanya layanan Grabfood konsumen akan lebih menghemat waktu karena makanan yang dipesan akan di antar dengan cepat konsumen tidak perlu khawatir akan kelaparan, dengan adanya layanan Grabfood konsumen tidak perlu khawatir akan keamanan makanan yang dipesan oleh konsumen karena Grabfood merupakan layanan makanan terpercaya karena kualitas makanan yang dantar akan tetap terjaga dan konsumen bisa memantau pesanan melalui GPS hp

konsumen dari layanan Grabfood tersebut tentunya menjadi alasan utama bagi konsumen dalam menggunakan layanan Grabfood.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Grabfood di Kecamatan Ilir Barat I Palembang Pada Saat Pandemi Covid-19.**

### **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Grabfood di Kecamatan Ilir Barat I Palembang pada saat pandemi Covid-19.?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Grabfood di Kecamatan Ilir Barat I Palembang pada saat pandemi Covid-19

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori dari bangku kuliah dalam bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan keputusan konsumen.

## 2. Bagi Almamater

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukakn dengan topik yang sejenis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran.*, Ed. 3, Yogyakarta, Addi
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung.: Alfabeta.
- Iqbal Hasan. (2013). *Analosis Data Penelitian Dengan Statistik*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2009), *Manajemen Pemasaran, (pengalih bahasa:Benyamin Molan)*. Edisi 13.(publikasi asli 2007).
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran,Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, (2014), *principles of marketing 15<sup>th</sup> ed*. Pearson Hall. New Jersey.
- Malaudin Hanif. 2013. *Marketing Researh : Panduan Bagi Manejer, Pimpinana Perusahaan Organisasi*. Jakarta. Elex Media Koputindo.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen pemasaran Teori dan Implementasi*. Ed. 2.
- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Sangadji,E.M. dan Sopiah.(2013), *Perilaku Konsumen: pendekatan praktis disertai: himpunan jurnal penelitiანი*. Yogyakarta: penerbit Andi.

Schiffman Leon dan Leslie Kanuk Lazar.(2008), *Perilaku Konsumen* (pengalih bahasa: Zoelkifli Kasip). New Jersey: prentice hall,inc. (publikasi asli 2000).

Wiratna Surjaweni. (2016). *Metedologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.