

**HUBUNGAN SEGMENTASI DEMOGRAFIS DENGAN KEPUTUSAN
PENGUNAAN TRANSPORTASI *ONLINE*
DI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama: Nyimas Tsamrotul Umniyah

Nim: 212017409

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2021

**HUBUNGAN SEGMENTASI DEMOGRAFIS DENGAN KEPUTUSAN
PENGUNAAN TRANSPORTASI *ONLINE*
DI KOTA PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama: Nyimas Tsamrotul Umniyah

Nim: 212017409

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nyimas Tsamrotul Umniyah
NIM : 212017409
Konsentrasi : Pemasaran
: Hubungan Segmentasi Demografis dengan Keputusan
Judul Skripsi : Penggunaan Transportasi *Onlinedi* Kota Palembang

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, Juni 2021



Nyimas Tsamrotul Umniyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Hubungan Segmentasi Demografis dengan Keputusan
Penggunaan Transportasi *Onlinedi* Kota Palembang
Nama : Nyimas Tsamrotul Umniyah
Nim : 212017409
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Agustus 2021
Pembimbing II.

Pembimbing I.

Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M.

NIDN:0207046301

Gumar Herudiansyah, S.E., M.M.

NIDN: 0202039203

Mengetahui,

Dekan



Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Zaleha Tri Handayani, SE., M.Si

NIDN: 0229057501

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto :

- *Believe in yourself and all that you are. Know that there is something inside you that is greater than any obstacle.* (Christian D. Larson)
- Bermimpilah, karena Tuhan akan memeluk mimpi-mimpi itu. (Andrea Hirata)

Dengan Cinta dan Doa

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ❖ Kedua Orang Tuaku Tercinta Ayah dan Ibu
- ❖ Saudaraku
- ❖ Keluarga Besarku
- ❖ Dosen Pembimbingku Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M.
- ❖ Sahabat-sahabatku
- ❖ Almamater Tercinta

PRAKATA

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Esa berkat rahmat, hidayah, karunia serta perkenaan-Nya jualah, penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Hubungan Segmentasi Demografis dengan Keputusan Penggunaan Transportasi Online di Kota Palembang” dalam rangka memenuhi salah satu syarat bagi setiap mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang serta tak lupa penulis panjatkan shalawat teriring salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan untuk Ayahanda (Kms Mascik Asik) dan Ibunda (Nyimas Nurul Hidayah) yang sangat kusayangi, terima kasih atas segala yang telah kalian berikan. Tiada kata paling indah selain do'a yang bisa ku berikan untuk kalian “ wahai Tuhanku, kasihilah dan Sayangilah mereka sebagaimana mereka mengasihi dan menyayangiku sewaktu aku kecil”.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M dan Bapak Gumar Herudiansyah, SE., MM selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingannya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan penuh rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, SE., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, SE., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Para dosen pengasuh dan karyawan serta seluruh civitas akademika yang telah mendidik kami selama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak Taufik dan Bapak Hansen, selaku Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis kelas malam.
6. Almamater kebanggaanku.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT, berkenan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang disebabkan oleh keterbatasan penulis. Oleh karena itu kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang, Agustus 2021

Nyimas Tsamrotul Umniyah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ..	7
A. Landasan Teori.....	7

1. Keputusan Pembelian.....	7
2. Segmentasi Pasar.....	13
B. Penelitian Sebelumnya	20
C. Kerangka Pemikiran.....	24
D. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Operasionalisasi Variabel.....	27
D. Populasi dan Sampel	28
E. Data yang Diperlukan	30
F. Metode Pengumpulan Data	31
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian	35
1. Gambaran Lokasi Penelitian	35
2. Gambaran Transportasi <i>Online</i>	37
3. Gambaran Profil Responden	39
4. Jawaban Responden Terhadap Indikator	43
5. Proses Pengujian Hipotesis	45
B. Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	68

A. Simpulan	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Frekuensi Penggunaan Transportasi Online Segmentasi Demografis Profesi	4
Tabel I. 2 Frekuensi Penggunaan Transportasi Online Segmentasi Demografis Pendapatan	5
Tabel III. 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	28
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	42
Tabel IV. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Produk	43
Tabel IV.6 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Layanan yang Lebih Sering Digunakan	44
Tabel IV. 7 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Layanan	44
Tabel IV. 8 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Jenis Layanan Transportasi Online	45
Tabel IV. 9 Hasil Pengujian Hubungan Jenis Kelamin dan Jenis Layanan Transportasi Online	46
Tabel IV. 10 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Frekuensi Penggunaan Transportasi Online	47
Tabel IV. 11 Hasil Pengujian Hubungan Jenis Kelamin dan Frekuensi Penggunaan Transportasi Online	48

Tabel IV. 12 Tabulasi Silang Usia dan Jenis Layanan Transportasi Online.....	49
Tabel IV. 13 Hasil Pengujian Hubungan Usia dan Jenis Layanan Transportasi Online	50
Tabel IV. 14 Tabulasi Silang Usia dan Frekuensi Penggunaan Transportasi Online .	51
Tabel IV. 15 Hasil Pengujian Hubungan Usia dan Frekuensi Penggunaan Transportasi Online.....	52
Tabel IV. 16 Tabulasi Silang Pekerjaan dan Jenis Layanan Transportasi Online	53
Tabel IV. 17 Hasil Pengujian Hubungan Pekerjaan dan Jenis Layanan Transportasi Online.....	54
Tabel IV. 18 Tabulasi Silang Pekerjaan dan Frekuensi Penggunaan Transportasi Online	55
Tabel IV. 19 Hasil Pengujian Hubungan Pekerjaan dan Frekuensi Penggunaan Transportasi Online.....	56
Tabel IV. 20 Tabulasi Silang Pendapatan dan Jenis Layanan Transportasi Online....	57
Tabel IV. 21 Hasil Pengujian Hubungan Pendapatan dan Jenis Layanan Transportasi Online.....	58
Tabel IV. 22 Tabulasi Silang Pendapatan dan Frekuensi Penggunaan Transportasi Online.....	59
Tabel IV. 23 Hasil Pengujian Hubungan Pendapatan dan Frekuensi Penggunaan Transportasi Online.....	60
Tabel IV. 24 Rangkuman Hasil Pengujian.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pemikiran	24
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Jadwal Penelitian
Lampiran 2	Daftar Pertanyaan
Lampiran 3	Aktivitas Bimbingan Penulisan Skripsi
Lampiran 4	Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi
Lampiran 5	Sertifikat AIK
Lampiran 6	Rekapitulasi Kuisioner Penelitian
Lampiran 7	Hasil Olah Data
Lampiran 8	Jurnal Peneliti
Lampiran 9	Biodata Peneliti

ABSTRAK

Nyimas Tsamrotul Umniyah/212017409/2021/Hubungan Segmentasi Demografis Dengan Keputusan Penggunaan Transportasi Online di Kota Palembang/Manajemen Pemasaran

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah memunculkan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi masyarakat, salah satunya adalah jasa transportasi online yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini. Penggunaan layanan transportasi *online* sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas sehari-hari menjadi lebih efisien dari segi waktu serta perhitungan biaya yang lebih transparan. Jasa transportasi online tersebut memiliki segmentasi pasar yang luas, bukan hanya untuk kalangan tertentu saja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara segmentasi demografis dengan keputusan menggunakan transportasi *online* di Kota Palembang. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Variabel yang digunakan dengan masing masing indikator adalah segmentasi demografis dengan indikator jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan sedangkan keputusan pembelian dengan indikator pilihan produk dan frekuensi belanja. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh 200 responden. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji *chi-square*. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan antara jenis kelamin dengan jenis layanan transportasi online dan ada hubungan antara jenis kelamin, usia, pendapatan, dan pekerjaan dengan frekuensi penggunaan. Sementara itu, tidak ada hubungan antara usia, pendapatan, dan pekerjaan dengan jenis layanan transportasi online.

Kata kunci: jasa transportasi online, segmentasi demografis, keputusan pembelian

ABSTRACT

Nyimas Tsamrotul Umniyah/212017409/2021/Relationship between Demographic Segmentation and Decisions to Using Online Transportation in Palembang/Marketing Manegement

The fast moving Development of technology has been bringing up various usefull innovation for the society. One of them is online transportation service which able to fulfill social needs nowadays. The use of online transportation service as a new way in order to do daily activity more efficiently wether time used and transparent cost calculation. Online transportation service has wide market segment,not only among a specific group. This study aims to know the relationship between demographic segment with the decision to use online transportationin Palembang city. The type of study is associative. The indicator which used for each indicator is demographic segment with the type of Indicator gender, age,job, and income while purchase decision using selective product indicator and shopping frequency. The Sampling method is using purposive sampling technique to obtain200 responden. Data collection technique using questionnaire. The Data obtained will be analyzed using chi-square test. The research result is showing there is a relationship between gender and online transportation service and there is a relationship between gender,age,income,job and the using frequency. Meanwhile,there is no relationship between age,income,job and the type of online transportation service.

Keyword: Online transportation service, Demographic segment, Purchasing decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan penukaran suatu produk dengan pihak lain yang saling membutuhkan (Kotler dan Armstrong, 2012). Sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkan tersebut tentunya akan selalu berkembang seiring dengan adanya pertumbuhan teknologi, bisnis dan sistem perekonomian yang meningkat pesat dari tahun ke tahun. Persaingan bisnis juga tak dapat terelakkan hingga berbagai macam inovasi-inovasi akan terus muncul demi mempertahankan eksistensi dari produk baik barang maupun jasa yang ditawarkan.

Suksesnya pelaku bisnis dalam menjual produknya dapat ditunjang dengan penentuan target pasar yang tepat dan sesuai atau dikenal dengan strategi segmentasi pasar. Segmentasi pasar pada dasarnya merupakan suatu strategi untuk memahami struktur pasar, dimana dengan melakukan segmentasi secara jelas dan fokus, konsumen akan menangkap sinyal dari perusahaan tanpa kebingungan. Hasan (2014) mendefinisikan segmentasi pasar sebagai proses membagi pasar untuk suatu produk ke dalam kelompok/komunitas yang lebih kecil, dimana para anggota masing-masing kelompok mempunyai kesamaan persepsi, keinginan dan motivasi yang sama

terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan. Selain itu, segmentasi pasar juga bertujuan untuk menempatkan suatu produk atau pun merek didalam benak konsumen sehingga produk atau merek tersebut memiliki keistimewaan atau keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Tjiptono, 2012).

Kotler dan Keller (2012) mengemukakan ada empat variabel utama bagi konsumen dalam segmentasi pasar yakni segmentasi geografis yang memerlukan pembagian pasar menjadi berbagai unit geografis seperti: negara, negara bagian, wilayah, kabupaten, kota atau lingkungan sekitar, segmentasi demografis yang membagi pasar berupa usia dan tahapan siklus hidup, tahap kehidupan, jenis kelamin, pendapatan, generasi serta kelas sosial, segmentasi psikografi yang memuat tentang kepribadian, gaya hidup atau nilai, dan segmentasi perilaku yang membagi pembeli berdasarkan pengetahuan, sikap penggunaan atau respons terhadap sebuah produk. Empat variabel utama bagi konsumen dalam melakukan segmentasi pasar sangat diperlukan untuk mencapai bauran pemasaran yang lebih efektif di tengah maraknya persaingan dalam perkembangan teknologi di era *modern*.

Salah satu kecenderungan masyarakat Indonesia di era *modern* saat ini adalah penggunaan jasa transportasi *online*. Jasa transportasi merupakan sarana terpenting di dalam kehidupan masyarakat, terutama di kota-kota besar. Kegiatan bekerja, bersekolah, berpergian maupun aktifitas lain di kehidupan sehari-hari mengharuskan masyarakat menggunakan jasa transportasi.

Munculnya transportasi umum berbasis *online* mampu memberikan perasaan puas akan kebutuhan masyarakat. Penggunaan layanan transportasi *online* sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas sehari-hari menjadi lebih efisien dari segi waktu serta perhitungan biaya yang lebih transparan.

Kemunculan jasa transportasi online yang kini telah menjamur di Indonesia, pertama kali didorong oleh munculnya aplikasi Go-Jek pada awal tahun 2010 dan mulai berkembang pesat sejak tahun 2015, yang selanjutnya diikuti oleh kemunculan Grab pada tahun 2014, Uber serta jasa-jasa transportasi online lainnya. Wawancara pra-riset telah dilakukan terhadap 30 orang untuk melihat frekuensi penggunaan transportasi online. Pada demografis profesi, dilakukan wawancara di tingkat pegawai/pekerja, pelajar dan Ibu Rumah Tangga (IRT). Hasil survei menjelaskan bahwa sebesar 7% profesi karyawan/pekerja dari total 30 responden menggunakan jasa transportasi online setiap hari dibandingkan pelajar dan IRT yang cenderung menggunakan jasa transportasi online sebanyak 1 – 6 kali dalam seminggu atau lebih. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel I.1.

Tabel I. 1

Frekuensi Penggunaan Transportasi Online Segmentasi Demografis Profesi

Profesi	Frekuensi Penggunaan Ojek Online			
	Setiap Hari	2 - 6 kali per Minggu	≤ 1 kali per Minggu	Belum Pernah
Karyawan/Pekerja	7%	7%	27%	0%
Pelajar/Mahasiswa	3%	3%	23%	3%
IRT	3%	10%	13%	0%

Sumber: Hasil Pra-Riset, 2021

Rata-rata para karyawan/pekerja mengemukakan alasan mereka dalam menggunakan layanan transportasi *online* dikarenakan pemesanannya yang praktis dan tidak memakan banyak waktu. Dari sisi lain, berdasarkan demografis pendapatan, di antara masyarakat yang memiliki pendapatan di bawah 1 juta, 1 - 5 juta ataupun masyarakat yang berpendapatan lebih dari 5 juta, masyarakat dengan pendapatan 1 – 5 juta per bulan cenderung lebih sering menggunakan layanan transportasi *online* dibandingkan masyarakat yang berpendapatan di bawah 1 juta dan masyarakat berpendapatan lebih dari 5 juta, seperti yang telah dijelaskan pada tabel I.2.

Tabel I. 2

Frekuensi Penggunaan Transportasi Online Segmentasi Demografis Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi Penggunaan Ojek Online			
	Setiap Hari	2 - 6 kali per Minggu	≤ 1 kali per Minggu	Belum Pernah
< 1 Juta	3%	0%	13%	3%
1 - 5 Juta	13%	17%	37%	7%
> 5 Juta	0%	7%	0%	0%

Sumber: Hasil Pra-Riset, 2021

Adapun pengguna layanan transportasi *online* untuk masyarakat yang memiliki nilai pendapatan berkisar 1 – 5 juta per bulan sebagian besar diisi oleh karyawan/pekerja dan IRT daripada pelajar/mahasiswa yang cenderung memiliki pendapatan di bawah 1 juta.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mencoba melakukan penelitian lebih jauh dengan judul **Hubungan Antara Segmentasi Demografis dengan Keputusan Penggunaan Transportasi Online di Kota Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka perlu ditetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah hubungan

segmentasi demografis dengan keputusan menggunakan transportasi *online* di Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara segmentasi demografis dengan keputusan menggunakan transportasi *online* di Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam melihat praktek dari teori yang selama ini dipelajari dibangku kuliah khususnya pada konsentrasi pemasaran dalam kajian segmentasi.
2. Bagi almanater penelitian ini bermanfaat sebagai salah satu bahan kajian bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy., 2012. *Pemasaran Jasa*. Jogjakarta: Penerbit Andi
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan ke 10. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Assauri, Sofjan, 2010, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: ,Raja Grafindo Persada.
- Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN
- Kotler, P. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa A.B. Susanto. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.

Wijayanti, Titik, 2012. *Marketing Plan Dalam Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia

Tjiptono & Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik, Edisi Kedua*. Yogyakarta: CV Andi

Fandi Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi

Akhmad Zulhikam. 2014. dengan judul *Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim untuk Memilih Produk Pangan Halal*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Yunita, Linda. 2016. *Hubungan Antara Karakteristik Demografis Dengan Keputusan Pembelian Produk Korea*. Palembang : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Diah Isnaini Asiati, Elvira Rusmarani. 2018. *Hubungan Antara Karakteristik Demografis Perilaku Belanja*. Palembang : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Jurnal Dinamic 2 (1) : 23 – 32

Adlina Asmaranie. 2020. *Pengaruh Demografis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening Pada Starbucks Duta Mall Banjarmasin*. Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat

Dicky Dermawan. 2020. *Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Kredit*. Medan: UMSU.

- Sugiyono.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Bungin, M.Burhan. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*,. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methode)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- M. Iqbal Hasan. 2008. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Adinda, A., Arsoputri, G. A., Kausara, T. G., & Chua, W. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Pijat Online Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *Indonesian Business Review*, 2(2), 268-295.