# HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK DEMOGRAFIS DENGAN KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TRANSPORTASI *ONLINE* DI KELURAHAN 16 ULU PALEMBANG

**SKRIPSI**


**Nama : Erik Esterada**

**NIM : 212014469**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIAH PALEMBANG**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2019**

# HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK DEMOGRAFIS DENGAN KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TRANSPORTASI *ONLINE* DI KELURAHAN 16 ULU PALEMBANG

**SKRIPSI**

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


**Nama : Erik Esterada**

**NIM : 212014469**


**UNIVERSITAS MUHAMMADIAH PALEMBANG**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**2019**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Erik Esterada |
| Nim | : 212014469 |
| Konsentrasi | : Pemasaran |
| Judul Skripsi | :Hubungan Antara Karakteristik Demografis Dengan Keputusan Menggunakan Transportasi Online Di Kelurahan 16 Ulu Palembang. |

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Srata 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. Pertanyaan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran 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, 2019

METERAI TEMPEL
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Erik Esterada

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

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

| | |
|---|---|
| Judul | : Hubungan Antara Karakteristik Demografis Dengan Keputusan Menggunakan Transportasi Di Kelurahan 16 Ulu Palembang. |
| Nama | : Erik Esterada |
| NIM | : 212014469 |
| Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| Program Studi | : Manajemen Pemasaran |

Diterima dan Disahkan
PadaTanggal, 2019

Pembimbing I,

**DR. Diah Isnaini A, S.E, M.M**
**NIDN/NBM : 0207046301/652.72**

Pembimbing II,

**Zawawi Nasution, S.E, M.Si**
**NIDN/NBM : 0222045801/859,2**

**Mengetahui,**
**Dekan**
**u.b. Ketua Program Studi Manajemen**

**HJ.MaftuhahNurrahmi, S.E., M.Si**
**NIDN : 0216057001**

## *MOTTO* DAN PERSEMBAHAN

*Motto:*

*"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri".*

*(QS Ar Ra'd:11)*

*"Ubah pikiranmu dan kau dapat mengubah duniamu".*

*(Norman Vincent Peale)*

*Persembahan:*

*Kupersembahkan Skripsi ini khusus untuk:*

- *Ayahandaku A. Kamil.*
- *Ibundaku Almh Karlina.*
- *Ayukku Rika Putri Kakakku Candra Yanto serta ponakanku Irgi, Haikal dan seluruh keluarga besarku.*
- *Teman Spesialku Meri Santika.*
- *Pembimbing Skripsiku Ibu DR. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M., dan Bapak Zawawi Nasution, S.E., M.Si.*
- *Almamater hijau yang kubanggakan.*

# PRAKATA

Alhamdulillahirobbilalamin, dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Hubungan Antara Karakteristik Demografis Dengan Keputusan Menggunakan Transportasi *Online* Di Kelurahan 16 Ulu Palembang" tepat pada waktunya.

Ucapan terima kasih yang sangat tulus , penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku Bapak Akamil dan Ibu Karlina yang telah sangat berjasa dalam membesarkan, mendidik, mendo'akan, dan memberikan motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada kakak dan ayukku karena berkat motivasinya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Selain itu disampaikan juga ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, diantaranya::

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M., selaku dosen Pembimbing Akademik.

5. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M., dan Bapak Zawawi Nasution, S.E, M.M., selaku pembimbing Skripsi.
6. Bapak dan ibu dosen serta staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universutas Muhammadiyah Palembang.
7. Sahabat dan teman-temanku yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih telah memberikan dukungan selama ini.
8. Almamater tercinta dan teman-teman seperjuangan Angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Harapan penulis semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca, Amiin.

Palembang,  Agustus 2019

Penulis,

## DAFTAR ISI


Halaman

**HALAMAN JUDUL** ..... i

**HALAMAN SAMPUL DEPAN** ..... ii

**HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT** ..... iii

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI** ..... iv

***MOTTO* DAN PERSEMBAHAN** ..... v

**PRAKATA** ..... vi

**DAFTAR ISI** ..... viii

**DAFTAR TABEL** ..... x

**DAFTAR GAMBAR** ..... xi

**DAFTAR LAMPIRAN** ..... xii

**ABSTRAK** ..... xiii

***ABSTRACT*** ..... xiv

**BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah ..... 1
B. Rumusan Masalah ..... 5
C. Tujuan Penelitian ..... 5
D. Manfaat Penelitian ..... 6

**BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN DAN HIPOTESIS**

A. Landasan Teori ..... 7
1. Segmentasi ..... 7
2. Demografis ..... 16
3. Keputusan Pembelian ..... 17
4. Transportasi ..... 19
B. Penelitian Sebelumnya ..... 20
C. Kerangka Pemikiran ..... 24
D. Hipotesis ..... 24

**BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian ..... 25
B. Lokasi Penelitian ..... 25
C. Operasionalisasi Penelitian ..... 26
D. Populasi dan Sampel ..... 26

Halaman

E. Data yang Diperlukan ..... 27
F. Teknik Pengumpulan Data ..... 27
G. Analisis Data dan Teknik Analisis ..... 28

**BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**
A. Hasil Penelitian ..... 31
B. Pembahasan Hasil Penelitian ..... 50

**BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**
A. Simpulan ..... 57
B. Saran ..... 57

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL


| | | Halaman |
|---|---|---|
| Tabel II. 1 | Variabel Segmentasi Utama pada Pasar Konsumen ..... | 13 |
| Tabel II.2 | Krkiteria Evaluasi Segmen Pasar ..... | 15 |
| Tabel III.1 | Variabel, Defenisi Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran ..... | 26 |
| Tabel IV.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 34 |
| Tabel IV.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..... | 35 |
| Tabel IV.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... | 35 |
| Tabel IV.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan ..... | 36 |
| Tabel IV.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ..... | 36 |
| Tabel IV.6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Transportasi ... | 37 |
| Tabel IV.7 | Karakteristik Responden BerdasarkanFrekuensi Penggunaan ..... | 37 |
| Tabel IV.8 | Hubungan Jenis Kelamin dengan Jenis Transportasi ..... | 38 |
| Tabel IV.9 | Hubungan Jenis Kelamin denganFrekuensi Penggunaan Transportasi ..... | 39 |
| Tabel IV.10 | Hubungan Usia dengan Jenis Transportasi ..... | 40 |
| Tabel IV.11 | Hubungan Usia dengan Frekuensi Penggunaan Transportasi ..... | 41 |
| Tabel IV.12 | Hubungan Pekerjaan dengan Jenis Transportasi ..... | 42 |
| Tabel IV.13 | Hubungan Pekerjaan dengan Frekuensi Penggunaan Transportasi ..... | 43 |
| Tabel IV.14 | Hubungan Pendidikan dengan Jenis Transportasi ..... | 45 |
| Tabel IV.15 | Hubungan Pendidikan dengan Frekuensi Penggunaan Transportasi ..... | 46 |
| Tabel IV.16 | Hubungan Pendapatan dengan Jenis Transportasi ..... | 47 |
| Tabel IV.17 | Hubungan Pendapatan dengan Frekuensi Penggunaan Transportasi ..... | 48 |
| Tabel IV.18 | Chi Square Tests ..... | 49 |

# DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 Segmentasi Pasar, Penentuan Pasar Sasaran dan *Positioning* ..... 11

Gambar II.2 Kerangka Pemikiran ..... 24

# DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden
Lampiran 3. Frekuensi Jawaban Responden
Lampiran 4. Lampiran SPSS
Lampiran 5. Chi-Square Distribution Table
Lampiran 6. Plagiarism Checker X
Lampiran 7. Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 8. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 9. Lembar Persetujuan Skripsi
Lampiran 10. Sertifikat AIK
Lampiran 11. Sertifikat Toefl
Lampiran 12. Jadwal Penelitian
Lampiran 13. Biodata
Lampiran 14. Jurnal

# ABSTRAK

**Erik Esterada/212014469/2019/Hubungan Antara Karakteristik Demografis Dengan Keputusan Menggunakan Transportasi *Online* Di Kelurahan 16 Ulu Palembang/Pemasaran**.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah hubungan antara karakteristik demografis dengan keputusan menggunakan transportasi *online* di Kelurahan 16 Ulu Palembang? Tujuannya untuk mengetahuihubungan antara karakteristik demografis dengan keputusan menggunakan transportasi *online* di Kelurahan 16 Ulu Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Variabel dalam penelitian ini adalah karakteristik demografis dan keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner (angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Chi Square. Hasil analisis menunjukkan bahwa hasil uji Pearson Chi Square diketahui nilai Chi Square hitung < Chi Square tabel (2,435 < 5,991), maka dapat diartikan bahwa tidak ada hubungan antara karakteristik demografis dengan keputusan menggunakan transportasi *online* di Kelurahan 16 Ulu Palembang.

**Kata kunci**: karakteristik, demografis, keputusan, transportasi *online*.

## ABSTRACT

**Erik Esterada / 21 2014 469 / 2019 / The Relationship Between Demographic Characteristics and the Decision of Using Transportation in 16 Ulu Palembang / Marketing.**

This research is formulated whether or not there was a relationship between demographic characteristics and the decision of using transportation in 16 Ulu Palembang. This research is aimed at determining the relationship between demographic characteristics and the decision of using transportation in 16 Ulu Palembang. The type of this research was such an associative research. This research was conducted in 16 Ulu villages, Palembang. In this research, 100 respondents were taken as samples got from Snowball Sampling technique.The type of data was primary data. To collect the data, the researcher used questionnaires. This research was considered as a qualitative-quantitative research. The analysis technique used was chi squared. The results of the study through the Kai Squared test (X2), showed that there was a relationship between demographic characteristics and decision of using transportation in 16 Ulu Palembang, excluded some points as:(1) relationship between age and type of transportation, (2) work with type of transportation, and (3) income with type of transportation and frequency of transportation use.



***Keywords: Demographic Characteristics, Purchasing Decisions***



PENGESAHAN
NO. 338 /Abstract/LB/UMP/ VII / 2019
Telah di Koreksi oleh
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang

# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana manusia memenuhi kebutuhan atau keinginan sehingga merasa puas. Kebutuhan atau keinginan tersebut dipenuhi dengan cara membeli barang dan jasa. Mengingat banyaknya ragam atau barang dan jasa yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia maka dapat dibayangkan betapa luas dan kompeleksnya aktifitas tersebut. Akibat kehidupan manusia yang berkembang maka barang dan jasa yang diinginkan manusia pun berkembang sehingga dinamika aktifitas pemasaran pun hampir tidak pernah berhenti.

Banyak kajian dapat dipelajari tentang pemasaran. Salah satunya adalah segmentasi. Segmentasi merupakan kegiatan yang mendasari dilakukanya kegiatan pemasaran. Lewat aktifitas segmentasi dapat ditemukan pasar yang paling tepat dijadikan pasar sasaran oleh perusahaan. Hal ini dilakukan karena tidak mungkin sebuah perusahaan dapat melayani seluruh pasar berikut ragam keinginannya. Aktifitas segmentasi dapat dilakukan lewat tiga langkah populer.

Pertama, *segmenting* yaitu melakukan indifikasi terhadap kelompok konsumen yang memiliki kesamaan tingkah laku pembelian. Berdasarkan beberapa variabel segmentasi, yaitu geografis, demografis, psikografis dan perilaku konsumen dapat dikelompokkan menjadi beberapa segmen terpisah yang masing-masing bersifat homogen. Setiap segmen memiliki potensi dan jaminan profit yang berbeda dibandingkan segmen lain.

Kedua, *targeting* yaitu mengevaluasi setiap segmen yang telah diperoleh untuk kemudian direngking berdasarkan daya tarik yang paling kuat. Daya tarik dapat didasarkan pada ukuran, pertumbuhan, probabilitas, persaingan dan kesesuaian. Bisaanya setiap pasar memiliki daya tarik yang berbeda dibandingkan segmen lain dalam hal tertentu. Pemasaran perlu melakukan evaluasi terhadap segmen-segmen yang telah terbentuk, selanjutnya segmen-segmen yang telah terbentuk tersebut akan direngkingkan berdasarkan kekuatan relatif yang dimilikinya seperti terhadap produk korea yang terdiri dari drama, musik dan fasion.

Ketiga, *positioning* yaitu menempatkan posisi produk atau merek pada pikiran konsumen sehingga tampak berbeda dibandingkan produk atau merek pesaing-pesaing pemosisian dapat dilakukan dengan terlebih dahulu memilih variabel penentu posisiyang terdiri atas produk, pelayanan, personil, citra dan distribusi. Setelah variabel penentu dipilih maka dilakukan komunikasi intensif dengan pasar untuk membuktikan kebenaran posisi tersebut.

Hampir semua tawaran produk memerlukan kegiatan segmentasi terlebih dahulu. Hal ini menjamin dilakukannya pengembangan bauran pemasaraan lebih efektif. Aktifitas segmentasi pun perlu dilakukan untuk memetakan karakteristik konsumen dalam berperilaku. Perilaku yang dimaksud adalah kecenderungan masyarakat menggunakan jasa transportasi *online*, seperti Gojek. Perkembangan teknologi saat ini memungkinkan perusahaan mendorong konsumen untuk melakukan transportasi lewat *electronic commerce* yang lebih dikenal dengan istilah *E-Commerce*.

PT. GO-JEK Indonesia adalah salah satu pemain bisnis transportasi *online* di Indonesia. Berdiri sejak tahun 2010 menyediakan jasa transportasi ojek *online* berbasis aplikasi dengan merek Go-Jek yang dilengkapi dengan fasilitas, yaitu sepeda motor dengan minimal keluaran tahun 2000, aplikasi yang terdapat nama, nomor telpon, GPS untuk melacak keberadaan *driver*nya, jaket, jas hujan, helm, asuransi, layanan order melalui aplikasi yang dapat digunakan dengan mudah. Selain itu terdapat layanan pengaduan, dan pada akhir pelayanan pelanggan dapat melakukan *review* dan *rating* untuk *driver* tentang pelayanan yang sudah didapatkan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengetahui pelayanan yang telah didapatkan oleh konsumen dan perusahaan akan terus memperbaiki standar pelayanannya.

Go-Jek menawarkan lima jasa layanan yang bisa dimanfaatkan oleh para pelanggannya, yaitu: Go Box (pengantar barang), Go Ride (jasa angkut), Go Shop (jasa belanja), Go Food (jasa kurir makanan/minuman), Go Send (pengiriman barang) yang menekankan keunggulan dalam kecepatan, inovasi dan interaksi sosial. Kemudahan-kemudahan yang dapat ditawarkan Go-Jek ini membuat masyarakat beralih menggunakan gojek karena konsumen sudah tidak perlu lagi melakukan tawar menawar harga karena sudah dihitung dari jarak yang ditempuh.

Transportasi *online* ini juga memberikan penawaran sebagaimana umumnya produk lain, seperti pelayanan, harga, atau promosi. Dalam hal pelayanan misalnya, transportasi *online* menyediakan pelayanan jemput penumpang dan antar sampai ke tempat. Jarak tempuh beragam dan

menentukan harga yang harus dibayar. Misalnya harga yang ditawarkan oleh Go-Jek *online* relatif murah dan terjangkau, sehingga banyak diminati para mahasiswa ataupun masyarakat umum untuk lebih tertarik menggunakan ini. Go-Jek *online* misalnya, mematok harga sebesar Rp 15.000 dengan jarak maksimal 25 km. Sedangkan jika menggunakan ojek bisaa dengan jarak 25 km biayanya bisa mencapai Rp 50.000 perusahaan menentukan harga dengan relatif murah untuk meningkatkan minat beli konsumen. Dalam hal promosi, Go-Jek *online* misalnya, pelanggan dapat memperoleh promo atau potongan harga tetapi terjadi potongan harga itu tidak di dapatkan setiap hari hanya pada waktu-waktu tertentu pada saat ada promo saja.

Terhadap jenis transportasi ini tampaknya semua orang berminat menggunakannya. Ini berarti jenis transportasi *online* ini berkembang dan mungkin akan menggeser transportasi jenis angkutan kota yang selama ini dikenal. Wawancara awal dilakukan terhadap 30 orang untuk melihat kebisaaan menggunakan angkutan umum. Pada dasarnya semua profesi pekerjaan lebih senang menggunakan gojek dibandingkan angkutan umum. Meskipun demikian sepintas jumlah mahasiswa yang menggunakan Gojek lebih banyak. Alasan yang diungkapkan pengguna transportasi *online* beragam, misalnya karena cepat meskipun macet, bisa masuk lorong, bisa antar jemput, praktis, bisa 24 jam, hemat waktu, pengemudinya ramah, dan lain-lain. Sedangkan yang lebih suka menggunakan angkutan umum menyatakan alasan karena ada musik, tidak panas, bisa membawa banyak belanjaan, dan lain-lain.

Hasil wawancara prariset juga dapat dilihat kecenderungan orang menggunakan transportasi *online* berdasarkan jenis kelamin dengan hasil bahwa tidak ada hubungan antara pengguna transportasi *online* dengan jenis kelamin. Baik laki-laki maupun perempuan sama-sama lebih menyukai transportasi *online* dibandingkan angkutan kota.

Berdasarkan latar belakng masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian dengan judul "**Hubungan Antara Karakteristik Demografis dengan Keputusan Menggunakan Transportasi *Online* Di Kelurahan 16 Ulu Palembang**".

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah hubungan antara karakteristik demografis dengan keputusan menggunakan transportasi *online* di Kelurahan 16 Ulu Palembang?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara karakteristik demografis dengan keputusan menggunakan transportasi *online* di Kelurahan 16 Ulu Palembang.

## D. Manfaat Penulisan

### 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti dalam melihat praktek dari teori yang selama ini dipelajari dibangku kuliah khususnya dikonsentrasi pemasaran dalam kajian segmentasi.

### 2. Bagi Almamater

Penelitian ini bermanfaat sebagai salah satu bahan kajian bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa.

# DAFTAR PUSTAKA


Amin. 2012. *Hubungan Antara Kebiasaan Belanja Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja*. Skripsi: Tidak Dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Anisa Nur, Andani. 2013. *Minat Terhadap Musik Korea di Kalangan Remaja di Yogyakarta*. Skripsi: Tidak Dipubliksikan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Deswita. 2006. *Pengertian Remaja*. www.tongkronanislami./2015. Diakses, 25 Juli 2019 pukul:13:23 WIB.

Fandy, Tjiptono. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi.

Hanum. 2000. *Dasar-dasar Demografi*. Jakarta: Salemba Empat.

Husein, Umar. 2010. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Iqbal, Hasan. 2012. *Pokok-pokok Materi Statistik 2* (*Statistik Inferensif*). Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Miro F. 2005. *Perencanaan Transportasi untuk Mahasiswa, Perencana, dan Praktisi*. Wibi H, Editor. Jakarta: Erlangga.

Philip M. Hauser dan Dudley Ducan. 2016. *Marital Status, Children and Wowen's Labor Market Choices*. Journal of Socio-Economics. Volume 22(3), hal: 277-288.

Setiadi, Nugroho J. 2011. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Prenada Media.

Simbolon, Maringan Masry. 2003. *Ekonomi Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Tika Dian Alfatris. 2012. *Komunikasi Media Terhadap Minat Mengkonsumsi Produk Korea.* Skripsi: Tidak Dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.