

# ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH DALAM PEMILIHAN PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO DI BRISYARIAH KCP PANDANSARI BALIKPAPAN

Oleh :

**Marlindawaty**

Prodi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Madani Balikpapan  
marlinda@stiemadani.ac.id

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui keputusan nasabah dalam pemilihan produk pembiayaan mikro di BRISyariah KCPPandansari, Balikpapan baik secara simultan dan parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Teknik sampling menggunakan teknik *probability sampling* dengan kategori *simple random sampling* yang melibatkan 156 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara simultan harga, produk dan promosi mempengaruhi keputusan nasabah secara signifikan dalam memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCPPandansari, Balikpapan. Secara parsial, harga dan promosi mempengaruhi keputusan nasabah secara signifikan dan promosi merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan nasabah sebesar 49,7% sedangkan produk tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCPPandansari, Balikpapan. Besarnya kontribusi harga, produk dan promosi mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan sebesar 97,4% sedangkan sisanya sebesar 2,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci** : Harga, Produk, Promosi, Keputusan Nasabah

## 1. PENDAHULUAN

Lembaga keuangan merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian Indonesia karena lembaga keuangan dapat berfungsi sebagai penghimpun dana dan penyalur dana. Ada dua jenis lembaga keuangan yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Dengan beragamnya lembaga keuangan akan timbul yang namanya persaingan bisnis yang kompetitif, persaingan bisnis yang kompetitif terjadi disaat dua atau lebih pelaku usaha saling bersaing satu sama lainnya untuk mendapatkan posisi pasar yang menguntungkan.

Lembaga keuangan bank salah satunya adalah Perbankan syariah yaitu bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum islam. Pada dasarnya apabila semakin banyak perbankan syariah yang ada, maka semakin banyak pula alternatif pilihan nasabah untuk memilih jasa perbankan syariah. Nasabah akan menentukan pilihan sesuai harapan konsumen. Konsekuensi dari kondisi ini adalah nasabah menjadi lebih pintar dan cermat dalam menggunakan jasa perbankan syariah, sehingga para lembaga perbankan syariah dituntut untuk menawarkan produk yang menarik untuk nasabah dan memiliki keunggulan dibandingkan pesaing. Hal ini bertujuan untuk mempengaruhi nasabah agar memilih bank tersebut.

PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah adalah salah satu lembaga perbankan syariah yang ada di kota Balikpapan yang berdiri sejak tahun 2008. Hingga saat ini PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Balikpapan memiliki 1 Kantor Cabang yaitu BRI

Syariah KC Sudirman dan 4 Kantor Cabang Pembantu yaitu BRI Syariah KCPIswahyudi, BRISyariah KCP Pandansari, BRI Syariah KCP Penajam dan BRI Syariah KCP Tanah Grogot. Penelitian ini difokuskan pada BRI Syariah KCP Pandansari yang memiliki pesaing yang berada di lokasi yang sama seperti BRI konvensional, Danamon dan Mandiri Syariah. Namun, menariknya adalah meskipun margin yang ditawarkan BRI Syariah KCP Pandansari lebih tinggi dibandingkan BRI konvensional terdekat namun jumlah nasabah BRI Syariah KCPPandansari ini terbilang cukup banyak.

**Tabel 1. Total Pembiayaan Produk Mikro BRI Syariah KCPPandansari, Balikpapan**

Tahun	Total Pembiayaan
2013	Rp 11.480.191.472
2014	Rp 12.459.497.529
2015	Rp 14.238.434.048
2016	Rp 15.810.608.578
2017	Rp 13.030.677.596

Sumber : BRI Syariah KCP Pandansari

Pada tabel 1, terjadi penurunan pembiayaan yang signifikan di tahun 2017 sebesar Rp 2.779.930.982 dibandingkan dengan pembiayaan yang diberikan di tahun 2016. Setelah di tahun 2013 sampai dengan tahun 2016 sebelumnya terjadi peningkatan pembiayaan dengan jumlah nasabah yang lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah nasabah di tahun 2017 yang pada kenyataannya meskipun jumlah nasabahnya terbilang cukup banyak di tahun 2017 yaitu sebanyak 256 nasabah, namun total pembiayaan yang diperoleh hanya sebesar Rp

13.030.677.596 dimana jumlah tersebut tidak mampu melampaui besarnya total pencapaian pembiayaan yang diperoleh di tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp 15.810.608.578 dengan jumlah pelanggan hanya sebanyak 161 nasabah. Berikut rekapitulasi data nasabah di tahun 2017 :

**Tabel 2. Data Nasabah BRISyariahKCP PandansariTahun 2017**

Bulan	Jumlah Nasabah
Januari	161
Pebruari	9
Maret	5
April	6
Mei	8
Juni	6
Juli	5
Agustus	34
September	3
Oktober	5
Nopember	8
Desember	6
TOTAL	256

Sumber: BRISyariah KCP Pandansari

Dengan banyaknya jumlah nasabah ditahun 2017 dibandingkan dengan jumlah pembiayaan pada produk pembiayaan mikro yang dapat diberikan kepada nasabah ditahun 2017 terlihat tidak sebanding, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai apa yang melatarbelakangi nasabah memilih produk pembiayaan mikro pada BRI Syariah KCP Pandansari dibandingkan dengan pesaing terdekat yang berada di lokasi yang sama di Jalan Pandansari, Balikpapan Barat.

Langkah awal penulis yaitu dengan mencoba melakukan perbandingan harga, promosi dan produk antara BRI Syariah KCP Pandansari, BRI konvensional, Bank Mandiri Syariah dan Bank Danamon. Dari segi harga (margin), pada pembiayaan mikro, BRI Syariah KCP Pandansari menawarkan margin yang lebih mahal dibandingkan dengan BRI (konvensional). Sebagai informasi untuk jasa pembiayaan mikro BRISyariah memberikan margin 1.02%, BRI (konvensional) 1.00%, Mandiri Syariah 1.33% dan 1.20% pada Bank Danamon. Dari segi promosi, kegiatan grebek pasar rutin dilakukan BRI Syariah karena sangat dekat dengan pasar dan promosi lainnya tidak ada yang terlalu menonjol dalam segi pemasaran produk pembiayaan antar bank tersebut. Dari segi produk, besarnya jumlah dana yang dapat dipinjamkan kepada nasabah ditawarkan berbeda-beda di setiap bank dimana BRI Syariah KCP Pandansari, Bank Mandiri Syariah dan BRI konvensional hanya memberikan pembiayaan mikro sampai dengan Rp.200.000.000 sedangkan Bank Danamon memberikan pembiayaan mikro sampai dengan Rp.500.000.000.

Berdasarkan perbandingan tersebut dan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui dan menganalisis sejauhmana peran harga, promosi dan produk bagi para nasabah dalam memutuskan memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan secara statistik agar diperoleh hasil penelitian yang lebih akurat dan bisa

dipertanggungjawabkan kebenarannya dengan judul penelitian "Analisis Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Produk Pembiayaan Mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan".

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini, adalah :

- Bagaimana harga, promosi dan produk secara simultan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan ?
- Bagaimana harga, promosi dan produk secara parsial mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan ?
- Variabel manakah di antara harga, promosi dan produk yang dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan ?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis :

- Harga, promosi dan produk secara simultan dalam mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan.
- Harga, promosi dan produk secara parsial dalam mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan.
- Variabel yang dominan diantara harga, promosi dan produk dalam mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik sampling menggunakan teknik *probability sampling* dengan kategori *simple random sampling* yang melibatkan 156 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 22.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Analisis Deskriptif Responden

Tabel 3.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pengguna Jasa (Wirausaha)**

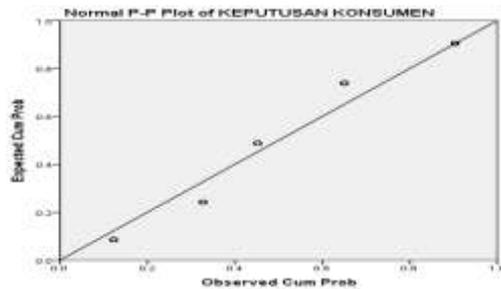
Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase
19 - 25	17	10,90
26 - 35	59	37,82
36 - 45	64	41,03
46 - 55	12	7,69
> 55	4	2,56
Total	156	100

Sumber : Data Olahan Penulis

Berdasarkan tabel di atas, dominan responden berusia 36-45 tahun sebanyak 64 orang (41,03%) dan jumlah minimum responden berusia >55 tahun sebanyak 4 orang (2,56%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden selaku pengguna jasa (wirausaha) mayoritas merupakan responden yang berusia produktif.

### 3.2. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas menggunakan *Normal Probability Plot* dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini :



**Gambar 1. Grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22

Gambar 1 memberikan interpretasi bahwa data

		Unstandardized Residual
N		156
Normal	Mean	17.04
Parameters <sup>ab</sup>	Std. Deviation	1.496
Most	Absolute	.245
Extreme	Positive	.168
Differences	Negative	-.245
Test Statistic		245
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>

menyebar tidak jauh di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah lurus garis diagonal dan grafik histogram. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan konsumen (nasabah) berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini :

**Tabel 4. Kolmogorov-Smirnov Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data
- Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil olahan Data SPSS 22

Pada tabel 4 di atas terlihat bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)*  $0,000 \leq 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa hasil keseluruhan data melalui *Kolmogorov-Smirnov Test (K-S)* tidak memenuhi normalitas atau tidak berdistribusi normal karena semua data memiliki nilai  $< 0,05$ .

### 3.3 Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini :

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1. HARGA	.679	1.957
X2. PROMOSI	.627	2.029
X3. PRODUK	.751	1.756

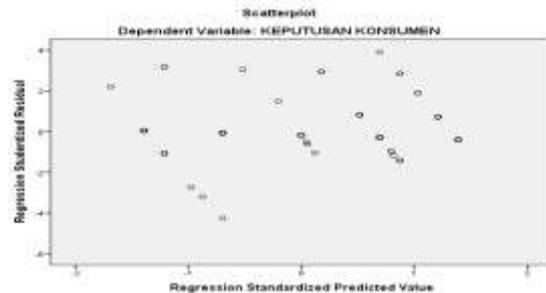
a. Dependent variable : Keputusan Nasabah

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa dari ke tiga variabel independen yaitu  $X_1$  (harga),  $X_2$  (promosi) dan  $X_3$  (produk) memiliki nilai  $VIF \leq 10$  (kurang dari 10) atau 10% dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi di atas tidak terdapat multikolinieritas.

### 3.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini :



**Gambar 2. Grafik Scatterplot**

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22

Pada gambar 2 dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik scatterplot tidak menyebar namun membentuk pola dan penyebarannya berada pada sumbu 0 dan Y yang berarti terjadi heteroskedastisitas.

### 3.5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu harga, promosi dan produk terhadap keputusan konsumen (nasabah) dalam memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan. Persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Untuk dapat mengetahui hubungan antara ketiga variabel tersebut maka digunakan perhitungan SPSS :

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4.416	.237		1.754	.081
	X1. HARGA	.436	.126	.431	3.470	.001
	X2. PROMOSI	.264	.039	.245	6.724	.000
	X3. PRODUK	.148	.084	.149	1.766	.079

a. Dependent variable : Keputusan Nasabah

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 6 dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,416 + 0,436 X_1 + 0,264 X_2 +$$

Melalui persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) = 4,416. Artinya jika harga ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan produk ( $X_3$ ) nilainya konstan maka besarnya efektivitas keputusan konsumen (Y) adalah sebesar 4,416.
- Nilai koefisien regresi variabel harga ( $X_1$ ) bernilai positif, yaitu 0,436. Artinya setiap peningkatan variabel harga ( $X_1$ ) sebesar satu satuan maka efektivitas keputusan konsumen (Y) meningkat sebesar 0,436 dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai konstan.
- Nilai koefisien regresi variabel promosi ( $X_2$ ) bernilai positif, yaitu 0,264. Artinya setiap peningkatan variabel promosi ( $X_2$ ) sebesar satu satuan maka efektivitas keputusan konsumen (Y) meningkat sebesar 0,264 dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai konstan.
- Nilai koefisien regresi variabel produk ( $X_3$ ) bernilai positif, yaitu 0,148. Artinya setiap peningkatan variabel produk ( $X_3$ ) sebesar satu satuan maka efektivitas keputusan konsumen (Y) meningkat sebesar 0,148 dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai konstan.

Berdasarkan persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif/arah antara variabel harga, promosi dan produk dengan keputusan konsumen (nasabah). Artinya apabila variabel harga, promosi dan produk meningkat maka keputusan konsumen (nasabah) memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan akan meningkat.

### 3.6. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi @ dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.987 <sup>a</sup>	.975	.974	.240

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,987 dan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,974. Artinya, persentase sumbangan pengaruh variabel independen sebesar 97,4% terhadap variabel dependensi sedangkan sisanya sebesar 2,6% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

### 3.7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	DF	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	338.001	3	84.500	1469.101	.000 <sup>b</sup>
Residual	8.685	151	.058		
Total	346.686	155			

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $1469,101 > 2,4316$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan

bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen yaitu, harga ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan produk ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen yaitu, keputusan konsumen (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan harga, promosi dan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (konsumen) dalam memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari, Balikpapan.

### 3.8. Hasil Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	4.416	.237		1.754	.081
X1. HARGA	.436	.126	.431	3.470	.001
X2. PROMOSI	.264	.039	.245	6.724	.000
X3. PRODUK	.148	.084	.149	1.766	.079

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22

Tabel 9 menunjukkan interpretasi sebagai berikut :

- Variabel harga, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,470 > 1,9758$ ) dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, secara parsial harga ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan mikro di PT. BRI Syariah KCP Pandansari Balikpapan.
- Variabel promosi, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,724 > 1,9758$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, secara parsial variabel promosi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan mikro di PT. BRI Syariah KCP Pandansari Balikpapan.
- Variabel produk, nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,766 < 1,9758$ ) dengan nilai signifikansi  $0,079 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya, secara parsial variabel produk ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan mikro di PT. BRI Syariah KCP Pandansari Balikpapan.

## 4. KESIMPULAN

- Hipotesis 1 terbukti bahwa secara simultan harga, promosi dan produk pada objek penelitian mampu mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari Balikpapan
- Hipotesis 2, terbukti bahwa secara parsial terdapat adanya pengaruh positif dan signifikan dari harga dan promosi sedangkan produk pada objek penelitian secara parsial tidak terbukti

mampu mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari Balikpapan.

- c. Hipotesis 3, terbukti bahwa dari ketiga variabel yang digunakan di objek penelitian promosi merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Pandansari Balikpapan dibanding dengan variabel lainnya.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & F. Tantri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Ariani, W. (2009). *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta : Graha Ilmu..
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Edisi keempat. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harianto, Rudy Pudjut. (2017). *Panduan Praktis SPSS untuk Penelitian*. Cetakan Pertama. Balikpapan : Heart and Soul Publishing House.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus - Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Kartajaya, H. (2009). *The Official Mim Academy Coursebook Mark Plus Basics*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Priyatno, D. (2012). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Edisi Ketujuh. Bandung : Alfabeta.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher.
- Sukotjo, H., & A. Sumanto, R. (2010). *Analisa Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process and Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Volume 1, Issues 2.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sutarso & Suharno. (2010). *Marketing In Practice*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Andi Publisher.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Rajawali Pers.