

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
MEMILIH MOBIL BEKAS MERK TOYOTA
MENGUNAKAN ANALISIS FAKTOR**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Matematika Sebagai Salah Satu
Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sains*



Oleh:

Cindy Febrianita

12573/2009

Matematika

**JURUSAN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2016

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR


**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
MEMILIH MOBIL BEKAS MERK TOYOTA MENGGUNAKAN
ANALISIS FAKTOR**

Nama : Cindy Febrianita
NIM/ BP : 12573/2009
Program Studi : Matematika
Jurusan : Matematika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam


Padang, 11 Februari 2016

Disetujui oleh

Pembimbing I


Dra. Minora Longgom Nst, M.Pd
NIP. 19620904 198903 2 004

Pembimbing II


Dra. Nonong Amalita, M.Si
NIP. 19690615 199303 2 001

PENGESAHAN LULUS UJIAN TUGAS AKHIR

Nama : Cindy Febrianita
NIM/ BP : 12573/2009
Program Studi : Matematika
Jurusan : Matematika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

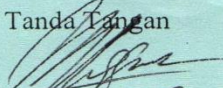
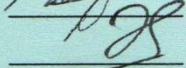
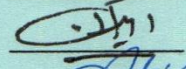
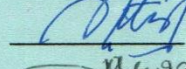
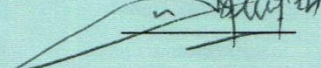
Dengan judul

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
MEMILIH MOBIL BEKAS MERK TOYOTA MENGGUNAKAN
ANALISIS FAKTOR**

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji
Program Studi Matematika Jurusan Matematika
Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Negeri Padang

Padang, 11 Februari 2016

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Dra. Hj. Minora Longgom Nst, M.Pd	
2. Sekretaris	: Dra. Hj. Nonong Amalita, M.Si	
3. Anggota	: Dra. Hj. Helma, M.Si	
4. Anggota	: Drs. Yusmet Rizal, M.Si	
5. Anggota	: Drs. Syafriandi, M.Si	

ABSTRAK

Cindy Febrianita: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Mobil Bekas Merk Toyota Menggunakan Analisis Faktor

Mobil adalah alat transportasi yang sangat penting bagi masyarakat pada umumnya. Selain kebutuhan yang sangat tinggi, mobil juga mempermudah dalam melakukan akses perjalanan jauh, terutama untuk sebuah keluarga yang sering melakukan perjalanan. Banyaknya jenis mobil dan kebutuhan yang tinggi akan mobil, memungkinkan setiap orang berkeinginan membelinya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku seorang konsumen atau pembeli dalam memilih suatu produk diantaranya adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi dari pembeli. Keempat ini saling berhubungan dan terkait satu sama lain, sehingga Analisis statistika yang dapat digunakan untuk mengetahui hubungan internal antara faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih mobil bekas merk Toyota adalah analisis faktor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang paling mempengaruhi perilaku konsumen memilih mobil bekas merk Toyota menggunakan analisis faktor.

Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan menggunakan analisis faktor. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Showroom mobil bekas H. John Memori yang membeli mobil bekas merk Toyota pada bulan Januari sampai November 2015 yang berjumlah 119 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Total Sampling. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan jumlah populasi, dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 119 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih mobil bekas merk Toyota adalah faktor 1 dinamakan F_1 terdapat indikator anjuran untuk memilih produk, faktor 2 dinamakan F_2 terdapat indikator yang saling berkaitan yaitu indikator gaya hidup dan persepsi untuk memilih produk, faktor 3 dinamakan F_3 terdapat indikator motivasi untuk memilih produk, faktor 4 dinamakan F_4 terdapat indikator keberadaan orang tua, dan faktor 5 dinamakan F_5 terdapat indikator pekerjaan di dalamnya.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Mobil Bekas Merk Toyota Menggunakan Analisis Faktor**”. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana sains pada program studi Matematika FMIPA UNP.

Penulis dalam melaksanakan dan menyelesaikan penelitian ini telah banyak mendapatkan bantuan, dorongan, petunjuk, pelajaran, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dra. Hj. Minora Longgom Nasution, M.Pd, Pembimbing I yang telah membimbing dan memotivasi penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini.
2. Ibu Dra. Hj. Nonong Amalita, M.Si, Pembimbing II yang telah membimbing dan memotivasi penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak Drs. Yusmet Rizal, M.Si, Pembimbing Akademik dan Tim Penguji yang telah memberikan masukan, kritikan, dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dra. Hj. Helma, M.Si, Bapak Drs. Syafriandi, M.Si, Tim Penguji yang telah memberikan masukan, kritikan, dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak M. Subhan, M.Si, Ketua Jurusan Matematika FMIPA UNP.
6. Ibu Dra. Dewi Murni, M. Si, Sekretaris Jurusan FMIPA UNP
7. Bapak dan Ibu Staf pengajar dan karyawan Jurusan Matematika FMIPA UNP.
8. Seluruh Staf Administrasi dan Staf Labor Komputer Matematika Fmipa UNP.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam perencanaan, pelaksanaan, penyusunan, dan penyelesaian skripsi

Semoga bantuan dan bimbingan yang telah diberikan menjadi amal shaleh bagi Bapak dan Ibu serta mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan saran dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Februari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	7
C. Perumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II. KAJIAN TEORI.....	8
A. Mobil Toyota.....	8
B. Konsumen	8
C. KMO (<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i>) dan <i>Barlett's Test of Sphecirity</i>	12
D. Matriks	16
E. Analisis Faktor	17
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Jenis dan Sumber Data	26

C. Populasi dan Sampel	26
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Variabel dan Struktur Data.....	27
F. Instrumen Penelitian.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Deskripsi Data.....	35
B. Hasil Analisis Data.....	39
C. Pembahasan.....	45
BAB V. PENUTUP.....	47
A. Kesimpulan	47
B. Saran.....	47
DAFTAR KEPUSTAKAAN	48
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel:	Halaman
1. Penjualan Mobil di Indonesia.....	2
2. Persediaan Mobil Bekas di Beberapa Showroom.....	3
3. Format Data.....	28
4. Skor/ Nilai Pernyataan Pada Kuisisioner.....	29
5. Kisi-kisi Kuesioner.....	29
6. Deskripsi Data Berdasarkan Faktor Budaya	35
7. Deskripsi Data Berdasarkan Faktor Sosial.....	36
8. Deskripsi Data Berdasarkan Faktor Pribadi	37
9. Deskripsi Data Berdasarkan Faktor psikologi.....	38
10. KMO (<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Measure) and <i>Bartlett's Test</i>	40
11. KMO (<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Measure) and <i>Bartlett's Test</i> Setelah Direduksi.....	40
12. Nilai Eigen dan Keragaman Faktor	42
13. Besar Keragaman Variabel (%) yang Diterangkan Masing-Masing Faktor	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:	Halaman
1. Lembar Validasi.....	50
2. Lembar Kuisisioner	51
3. Data Hasil Uji Coba Kuisisioner	53
4. Tahapan Transformasi Data Hasil Uji Coba Kuisisioner	56
5. Hasil Transformasi Data Hasil Uji Coba Kuisisioner	57
6. Tabulasi Data untuk Setiap Butir Pernyataan Kuisisioner	60
7. Tahapan Transformasi Data dengan Metode MSI.....	69
8. Hasil Transformasi Data Menggunakan Method of Successive Interval(MSI).....	70
9. Tabulasi Akhir Setiap Variabel.....	79
10. Hasil Pembakuan	88
11. Matriks Korelasi.....	97
12. Anti Image.....	100
13. Nilai Eigen untuk Setiap Variabel.....	103
14. Nilai dan Kuadrat Loading Faktor.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki berbagai macam kebutuhan, seperti alat komunikasi, peralatan industri, peralatan rumah tangga, dan lain sebagainya, dan kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh kebanyakan masyarakat saat ini adalah alat transportasi. Sesuai perkembangan zaman, maka semakin canggih pula pemikiran manusia dalam memproduksi sarana transportasi agar lebih modern dan mudah digunakan, dan salah satu sarana transportasi yang sangat dibutuhkan dan sudah banyak di produksi adalah mobil.

Mobil adalah alat transportasi yang sangat penting bagi masyarakat pada umumnya. Selain kebutuhan yang sangat tinggi, mobil juga mempermudah dalam melakukan akses perjalanan jauh, terutama untuk sebuah keluarga yang sering melakukan perjalanan. Banyaknya jenis mobil dan kebutuhan yang tinggi akan mobil, memungkinkan setiap orang berkeinginan memilikinya. Jenis-jenis mobil terus mengalami kemajuan baik dalam bentuk, kualitas, kapasitas, inovasi, keamanan, dan lain sebagainya.

Menurut Gilarso(1994:21) “Jika jumlah pembeli suatu barang meningkat, maka pada barang yang sama akan terjadi peningkatan harga”. Peningkatan harga yang disebutkan ini juga terjadi pada mobil keluaran terbaru. Karena meningkatnya harga mobil keluaran terbaru, banyak masyarakat beralih untuk memilih membeli mobil bekas yang masih layak

pakai. Selain harganya terjangkau, mobil bekas ini juga masih berkualitas dan dalam kondisi baik.

Menurut majalah jual-beli automotif mobil123 (2014, September 23: 12-13) “salah satu mobil bekas yang banyak dipilih oleh masyarakat pada umumnya adalah mobil bekas dengan merk Toyota. Toyota menjadi mobil terlaris tahun 2014 di Indonesia dengan pangsa pasarnya mencapai 33,4%”, dan menyusul mobil – mobil dengan merk lainnya, dan dari tahun ke tahun permintaan konsumen terhadap mobil bekas merk Toyota juga terus mengalami peningkatan”, hal ini dapat di lihat dari tabel berikut :

Tabel 1
Penjualan Mobil Bekas Merek Toyota Tahun 2010-2014

Tahun	2010	2011	2012	2013	2014
Unit	201.835	237.835	278.835	320.835	399.746

Sumber: majalah jual-beli automotif mobil123

Dari Tabel 1 di atas dapat dilihat peningkatan permintaan terhadap mobil bekas merk Toyota dari tahun 2010 sampai tahun 2014, hal ini menunjukkan bahwa banyaknya peminat mobil bekas merk Toyota selalu bertambah setiap tahunnya.

Penjualan mobil bekas juga banyak terjadi di Kota Solok. Berdasarkan hasil observasi di beberapa showroom mobil bekas di Kota Solok, mobil bekas merk Toyota merupakan mobil bekas yang banyak diminati oleh konsumen di Kota Solok. Alasan pemilihan mobil bekas merk Toyota ini karena spesifikasi baik baru atau bekas tidak banyak berubah, onderdil mudah didapat, dan harga jualnya juga stabil. Selain itu juga dinilai lebih tahan lama terhadap segala

kondisi, terutama saat dipakai bepergian jarak jauh. Berikut data mobil bekas yang disediakan di beberapa showroom mobil bekas di Kota Solok

Tabel 2
Jumlah Persediaan Mobil Bekas di Beberapa Showroom Kota Solok Bulan September Tahun 2015

No.	Nama Showroom	Merk								
		Toyota	Honda	Suzuki	Daihatsu	Nisan	Mitsubishi	Ford	KIA	Mazda
1	H. John.M	11	4	1	5	-	1	-	-	1
2	Citra Motor	8	3	2	4	-	2	-	-	1
3	Niky Motor	8	2	2	3	1	1	-	1	-
4	Yoga AMS	7	3	1	4	1	1	1	-	-
5	Allvenger	6	4	2	3	-	3	-	-	-
6	Ayah motor	7	2	2	3	1	-	1	1	-
7	Harapan mtr	5	3	3	4	-	-	1	-	1

Sumber: hasil observasi

Dari Tabel 2 di atas dapat dilihat banyaknya ketersediaan mobil bekas di 7 showroom di Kota Solok dan mobil bekas yang paling banyak disediakan adalah mobil bekas Merk Toyota. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Kota Solok juga berminat memiliki mobil bekas, terutama Merk Toyota. Showroom yang paling banyak menyediakan mobil bekas adalah Showroom Mobil Bekas H. John Memmory yang menyediakan mobil bekas sebanyak 23 unit.

Menurut hasil wawancara ada beberapa alasan mengapa konsumen memilih membeli mobil bekas di Showroom H. John Memmory ini, yaitu, banyak jenis mobil Toyota yang disediakan di showroom ini. Selain itu

pemilikinya juga memakai mobil bekas merk Toyota sehingga dapat membuktikan pada konsumen bahwa mobil bekas merk Toyota ini memang memiliki kualitas yang baik. Hal ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen memilih membeli mobil bekas merk Toyota di showroom ini.

Pelayanan yang ramah dan pemiliknya yang mampu bersosialisasi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli mobil bekas di showroom ini. Kemudian faktor berikutnya yaitu, adanya pemahaman pemilik terhadap produk yang dapat menjelaskan kepada konsumen tentang produk yang akan dibeli sehingga juga menimbulkan pemahaman konsumen terhadap produk. Karena adanya respon positif dari pemilik showroom dan harga produk yang terjangkau, menimbulkan dorongan pribadi bagi konsumen untuk memilih mobil bekas merk Toyota di Showroom ini.

Faktor lain yang menyebabkan konsumen memilih mobil bekas merk Toyota adalah mudahnya mendapatkan onderdil di seluruh Indonesia, harga lebih terjangkau tapi kualitas masih terjamin, irit bahan bakar, bengkel Toyota ada di mana saja, banyak pilihan model mobilnya, dan banyak pertimbangan lainnya. Selain faktor ini, ada beberapa motif yang menjadi pertimbangan dalam memilih suatu produk, misalnya untuk menyenangkan hati atau memuaskan keinginan dan agar dikagumi, namun tetap harus mempertimbangkan keadaan ekonomi, beberapa faktor di atas sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler.

Menurut Kotler(2001:197), ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seorang konsumen atau pembeli dalam memilih suatu produk. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi dari pembeli. Faktor budaya adalah faktor yang menentukan keinginan dan perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh bagaimana lingkungan keluarga dan masyarakat sekitar. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara terhadap konsumen yang memilih mobil bekas merk Toyota karena mengikuti pemilik showroom yang juga menggunakan mobil dengan merk yang sama. Sementara itu faktor sosial adalah perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh pencapaian orang lain yang dikaguminya sehingga memacunya untuk mencapai hal yang sama atau lebih. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara terhadap konsumen yang memilih mobil bekas merk Toyota karena melihat pencapaian dari pemilik showroom.

Selanjutnya faktor pribadi, faktor pribadi adalah perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh gaya hidup yang dijalani dalam keluarga dan kepribadian diri seseorang itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap konsumen yang memilih mobil bekas merk Toyota karena adanya dorongan pribadi dari konsumen itu sendiri. Selanjutnya faktor psikologi lebih mengarah pada motivasi dan persepsi seseorang pada suatu produk. Seseorang yang termotivasi dalam mengambil keputusan dipengaruhi oleh persepsi dan pandangannya terhadap produk yang diinginkannya. Hal ini juga sesuai dengan hasil wawancara terhadap konsumen yang memilih mobil bekas merk Toyota karena adanya pemahaman terhadap produk.

Faktor-faktor di atas saling berhubungan dalam mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya. Faktor-faktor perilaku konsumen ini merupakan variabel konstruk atau variabel laten, yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Untuk mengukur variabel laten dapat melalui indikator-indikator yang dapat diukur atau diamati secara langsung yang dikembangkan dari faktor-faktor tersebut yaitu X_1, X_2, \dots, X_n . Analisis statistika yang dapat digunakan untuk mengetahui hubungan internal antara faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Kota Solok memilih mobil bekas merk Toyota adalah analisis faktor.

Analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor faktor dominan dalam menjelaskan suatu masalah. Analisis faktor adalah suatu metode statistika multivariat yang mencoba menerangkan hubungan antar sejumlah faktor- faktor yang saling tergantung anantara satu dengan yang lain sehingga bisa dibuat satu atau lebih kumpulan faktor yang lebih sedikit dari jumlah fakto rawal. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan interkorelasi di antara sejumlah besar variabel dengan cara mengidentifikasi satu set dimensi pokok yang sama.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi banyaknya peminat mobil bekas merk Toyota di kalangan masyarakat Kota Solok, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Faktor– Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Mobil BekasMerk Toyota Menggunakan Analisis Faktor”**.

B. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Faktor–faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih mobil bekas merk toyota menggunakan analisis faktor?”

C. Batasan masalah

Berdasarkan latar belakang, maka batasan masalah adalah “Faktor–faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen Showroom mobil bekas H. John. Memmory memilih mobil bekas merk Toyota”.

D. Tujuan penelitian.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor–faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih mobil bekas merk toyota menggunakan analisis faktor.

E. Manfaat penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan:

1. Menambah wawasan peneliti dan pembaca dalam mempelajari analisis faktor.
2. Bagi showroom sebagai bahan masukan untuk dapat meningkatkan pelayanan dan ketersediaan mobil.
3. Referensi untuk peneliti selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih mobil bekas merk Toyota adalah faktor 1 dinamakan F_1 terdapat indikator anjuran untuk memilih produk, faktor 2 dinamakan F_2 terdapat indikator yang saling berkaitan yaitu indikator gaya hidup dan persepsi untuk memilih produk, faktor 3 dinamakan F_3 terdapat indikator motivasi untuk memilih produk, faktor 4 dinamakan F_4 terdapat indikator keberadaan orang tua, dan faktor 5 dinamakan F_5 terdapat indikator pekerjaan di dalamnya.

B. Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi produsen agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang dikeluarkan sehingga dapat memberikan kepercayaan pada konsumen terhadap produk.
2. Dalam kesempatan ini peneliti juga menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mencari dan mengidentifikasi faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih mobil bekas merk Toyota.

Daftar Pustaka

- Amalia, Firda. 2011. *Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Penambah Tenaga Cair Merek M-150 di Semarang*. <http://eprints.undip.ac.id/30941/1/Skripsi016.pdf> : diakses pada 7 September 2014.
- Anton, Howard. 1995. *Aljabar Linear Elementer Ed. V*. Erlangga: Jakarta
- Anton. 2015. <http://www.tonfeb.com/2015/01/fakta-super-menarik-tentang-mobil.html> : diakses pada 8 September 2015.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta: Jakarta.
- Gasperz, Vincent. 1992. *Teknik Analisis dalam Penelitian Percobaan 2*. Transito: Bandung.
- Gilarso, T. 1994. *Pengantar Ilmu Ekonomi bagian Mikro Jilid 1*. Kanisius. Yogyakarta.
- Gustic. 2008. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Mobill> : diakses pada 8 September 2015.
- Handoko, Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia Edisi Ketujuh*. Penerbit BPFE: Yogyakarta.
- Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset dan Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Johnson, A Richard & Wichern W. Dean. 2002. *Aplied Multivariate Statistical Analysis: 5th Edition*. Prentice Hall International: New Jersey.
- Kotler, Philip. 1994. *Marketing Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- . 1996. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip & armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran jilid*. Erlangga: Jakarta.
- Lamb, Hair dan McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia pustaka utama: Jakarta.