

**TINJAUAN BAURAN PEMASARAN PADA USAHA TELUR PUYUH
RIZKY DI KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Prodi Manajemen Perdagangan
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh:

**FERI AGMAL
BP/NIM:2010/58107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN
DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2014**

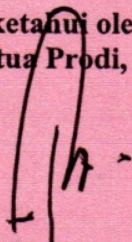
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN BAURAN PEMASARAN PADA USAHA TELUR PUYUH RIZKY
DI KOTA PADANG.**

Nama : Feri Agmal
NIM : 58107
Program Studi : Manajemen (D III)
Fakultas : Ekonomi

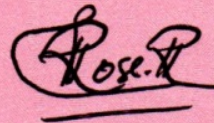
Padang, Juli 2014

**Diketahui oleh
Ketua Prodi,**



Perengki Susanto, SE, M.Sc
NIP. 19810404 200501 1 002

**Disetujui oleh
Pembimbing,**



Rose Rahmidani, S.Pd, MM.
NIP. 19790806 200801 2 013

PENGESAHAN TUGAS AKHIR


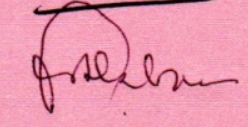
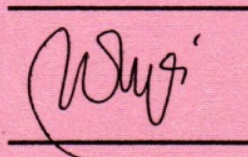
**TINJAUAN BAURAN PEMASARAN PADA USAHA TELUR PUYUH RIZKY
DI KOTA PADANG**

Nama : Feri Agmal
NIM : 58107/2010
Program studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2014

Tim Penguji

Nama		Tanda tangan
Rose Rahmidani, S.Pd, MM	(Ketua)	
Gesit Thabrani, SE, MT	(Anggota)	
Whyosi Septrizola, SE	(Anggota)	

ABSTRAK

Feri Agmal (58107/2010) : Tinjauan Bauran pemasaran Pada Usaha Telur Puyuh Rizky di Kota Padang.

Pembimbing : Rose Rahmidani, S.Pd, MM.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran yang dilakukan Usaha Telur Puyuh Rizky. Penelitian ini dilakukan pada Usaha Telur Puyuh Rizky di kota Padang. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data secara primer dan sekunder. Data primer dimana data langsung diambil dengan observasi dan wawancara dengan pemilik usaha Telur Puyuh Rizky. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk yang sudah jadi, seperti: hargadan laporan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian pada pembahasan mengenai bauran pemasaran yang dilakukan oleh Usaha Telur Puyuh Rizky, maka dapat disimpulkan bahwa Usaha Telur Puyuh Rizky merupakan usaha telur puyuh yang baru berkembang di kota Padang. Secara keseluruhan pemasaran Usaha Telur Puyuh Rizky sudah bagus dan sesuai dengan konsep teori aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang ada. Walaupun masih ada kekurangan-kekurangan yang dimiliki, seperti promosi.

Saran untuk Usaha Telur Puyuh Rizky perlu adanya upaya peningkatan aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Usaha Telur Puyuh Rizky. Supaya Usaha Telur Puyuh Rizky dikenal masyarakat luas, secara keseluruhan kinerja Usaha Telur Puyuh Rizky ini cukup bagus, namun dari dilihat dari semua aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) ini masih ada kelemahan atau kekurangan, seperti: 1. Promosi (*promotion*), seharusnya Usaha Telur Puyuh Rizky lebih meningkatkan promosinya dengan membuat iklan di radio-radio, TV, selebaran, dan koran. Supaya Usaha Telur Puyuh Rizky lebih dikenal masyarakat. Usaha Telur Puyuh Rizky juga seharusnya mencoba pengiklanan lewat internet seperti berniaga.com dan toko bagus. 2. Pemasaran Usaha Telur Puyuh Rizky hendaknya tidak dilakukan pemasaran hanya di kota Padang, tapi juga dilakukan di luar Kota Padang seperti, Solok, Bukittinggi, Payakumbuh, dan Sijunjung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan terima kasih kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

Tugas Akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Ekonomi Universitas Negeri Padang. Judul Tugas Akhir ini adalah **“Tinjauan Bauran Pemasaran Pada Usaha Telur Puyuh Rizky di Kota Padang.”**

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini banyak pihak yang telah membantu penulis. Untuk itulah pada kesempatan yang bahagia ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak/ibu, selaku Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Perengki Susanto, SE. M.Sc selaku ketua Prodi DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Firman, SE. M. Sc, selaku Sekretaris Prodi DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Rose Rahmidani, S.Pd. MM selaku pembimbing tugas akhir penulis.
6. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku pembimbing akademik dan penguji tugas akhir penulis.
7. Ibu Whyosi Septriazola, SE selaku penguji tugas akhir penulis.
8. Teristimewa penulis ucapkan pada Ayahanda Agusmar, Ibunda Nurjanah, serta semua keluarga yang Selalu memberikan dukungan moril dan materil.
9. Seluruh dosen dan karyawan/karyawati Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

10. Bapak H. Dasril pemilik Usaha Telur Puyuh Rizky.

11. Dan teristimewa juga penulis ucapkan kepada sahabat-sahabat satu kost seperjuangan yang selalu menghibur dan teman-teman seperjuangan dalam menyusun tugas akhir Doni, Randi, dan Davidli khususnya yang memberikan motivasi dan semangat demi terwujudnya impian penulis.

Semoga segala bimbingan, bantuan dan dorongan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan segala kemampuan, namun penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran sifatnya membangun sehingga menjadi sumbangan yang berarti bagi pendidikan di masa yang akan datang. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	7
B. Bauran Pemasaran.....	8
1. Produk (<i>Product</i>).....	9
2. Harga (<i>Price</i>).....	11
3. Distribusi (<i>Place</i>).....	13
4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	17
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Bentuk Penelitian	20
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
C. Rancangan Penelitian	20
1. Jenis Penelitian	20
2. Tahapan Penelitian	21
3. Objek Penelitian	22
4. Sumber Data	22

5. Responden	23
6. Teknik Analisis	23
BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN	
A. Profil Perusahaan	24
1. Sejarah singkat Perusahaan	24
2. Visi dan Misi Perusahaan	25
3. Proses Berternak Puyuh	25
4. Analisis Lingkungan Usaha Telur Puyuh Rizky	26
B. Pembahasan	28
1. produk	28
2. Harga	31
3. Distribusi.....	33
4. Promosi.....	36
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	39
B. Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	43
A. Daftar Riwayat Hidup.....	
B. Gambar	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Perbandingan Harga dengan Pesaing Luar Kota	5
Tabel 2. Perbandingan Harga dengan Pesaing Dalam Kota	5

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadikan sektor peternakan sebagai salah satu tumpuan perekonomian masyarakat yang dapat dilihat dari besarnya sumbangan sektor peternakan terhadap PDB Indonesia. Selain itu sektor peternakan juga merupakan sektor yang sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani bagi masyarakat terutama dalam mendukung tercapainya Pola Pangan Harapan (PPH) masyarakat. Sehingga keberadaan sektor peternakan sebagai penghasil sumber protein hewani bagi masyarakat mempunyai peranan penting dalam pencapaian Pola Pangan Harapan masyarakat dan menjadikan sektor peternakan sebagai suatu peluang usaha yang potensial bagi masyarakat. Salah satu usaha yang banyak diminati adalah peternakan unggas. Peternakan puyuh merupakan salah satu peternakan unggas yang kembali diminati oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan beberapa keunggulan yang dimiliki oleh ternak puyuh diantaranya kemampuan produksi telurnya cepat dan tinggi dan dalam bauran pemasarannya mudah direspon di pasar sasaran.

Bauran pemasaran sangat penting untuk dilakukan oleh sebuah perusahaan. Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mampu mempengaruhi konsumennya karena bauran pemasaran sangat berpengaruh terhadap suatu produk yang diterima oleh konsumen atau tidak. Kondisi semacam ini menuntut setiap perusahaan untuk mengetahui posisinya dalam

persaingan sehingga perusahaan dapat merencanakan pemasarannya. Pada saat persaingan semakin meningkat maka bauran pemasaran tidak hanya dianggap suatu fungsi melainkan dijadikan suatu konsep bisnis yang strategi. Bauran pemasaran harus dibuat dengan memperhatikan semua lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Bauran pemasaran akan berhubungan dengan pelanggan dibandingkan dengan fungsi bisnis lainnya. Memahami, menciptakan, mengomunikasi, dan memberikan nilai serta kepuasan merupakan inti pemasaran dan praktik pemasaran. Hal tersebut kemudian menjadi suatu tuntutan dari setiap industri dalam menciptakan kepuasan konsumen terutama pascapembelian yang pada akhirnya membentuk loyalitas terhadap suatu produk melalui bauran pemasaran yang gencar terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi.

Menurut Sofjan (2010:198) mengatakan “bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari himpunan variabel dapat dikendalikan oleh perusahaan seperti, perencanaan produk (*product*), penetapan harga (*price*), saluran distribusi (*place*) serta promosi (*promotion*)”. Untuk menjangkau pasar sasaran yang telah ditetapkan, maka setiap perusahaan perlu mengelola kegiatan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan baik.

Dalam keterkaitan teori dan fenomena implementasi strategi pemasaran, perusahaan menggunakan serangkaian alat dalam bidang pemasaran yang digunakan dalam pengambilan keputusan yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran sangat penting dan dapat digunakan oleh berbagai perusahaan dalam menganalisis

kasus-kasus pemasaran praktis guna mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran.

Salah satu usaha telur puyuh yang terdapat di Kota Padang, yaitu Usaha Telur Puyuh Rizky. Usaha Telur Puyuh Rizky terletak di perumahan Bungo Pisang Blok B.10 Kelurahan Bungo Pisang Kec. Koto Tengah Padang. Usaha telur puyuh Rizky merupakan usaha peternakan yang saat ini sedang melakukan pengembangan usaha dengan terus meningkatkan jumlah populasi ternak puyuh yang dikelolanya. Dengan banyaknya telur yang dihasilkan puyuh setiap harinya menyebabkan pengusaha telur puyuh ini harus bekerja ekstra dalam memasarkan telur yang harus dijual. Produk telur puyuh yang dipasarkan Usaha Telur Puyuh Rizky ini sangat bermutu, besar, dan baru. Telur puyuhnya hanya dipasarkan dalam wilayah Kota Padang. Telur puyuh dipasarkan ke pengecer yang ada dipasar-pasar Kota Padang yaitu : Pasar Raya, Pasar Siteba, Pasar Lubuk Buaya, dan Pasar Tabing. Telur puyuh Rizki tak hanya bisa didapatkan di pasar, konsumen bisa langsung membeli ke peternakan Telur Puyuh Rizky. Sementara itu, tingkat persaingan semakin tinggi dengan masuknya telur puyuh yang berasal dari luar Kota maupun di dalam Kota Padang. Pesaing di luar Kota Padang ini menekan harga yang rendah menjadi suatu ancaman bagi usaha telur puyuh Rizky. Ditambah lagi dengan pesaing yang ada di dalam Wilayah Kota Padang, seperti usaha telur puyuh Pak Ijup terletak di Lubuk Minturun yang sudah lama berkembang dan usaha telur puyuh Pak Sial di Dadok Tunggul Hitam.

Pesaing yang ada di dalam Kota Padang merupakan ancaman tersendiri bagi usaha Telur Puyuh Rizky. Karena didalam usaha telur puyuh mereka sudah lama berkembang di Kota Padang. Strategi pemasarannya tidak jauh beda dengan harga dan strategi pemasaran usaha Telur Puyuh Rizky. Pemasaran telur puyuh sama-sama dipasarkan di beberapa pasar yang ada di Kota Padang, namun harga dari pesaing berbeda-beda. Usaha Telur Puyuh Pak Si Al selalu menetapkan harga dibawah harga telur puyuh Usaha Telur Puyuh Rizky. Disebabkan usaha telur puyuh Pak Si Al sudah lama berkembang dan sudah ternama di pasaran. Dari hasil wawancara penulis dengan pengecer yang ada di pasar, penyebab murahnya harganya telur dari pesaing Usaha Telur Puyuh Rizky, pesaing dari luar kota Padang disebabkan jauhnya telur diperjalanan membuat telur rusak sedang pesaing dari dalam kota Padang disebabkan karna sudah lamanya berkembang di kota Padang. Namun pemilik usaha Telur Puyuh Rizky tidak terlalu mencemaskan hal tersebut, karena disini Usaha Telur Puyuh Rizky berusaha memberikan produk dan pelayanan yang unggul untuk pelanggan. Seperti: cepat menanggapi permintaan konsumen, siap mengantar telur puyuh ke alamat, bersedia mengantarkan telur puyuh kapanpun dan selalu memberikan telur puyuh yang baru. Cara mempromosikan produknya usaha Telur Puyuh Rizky ini hanya langsung ditawarkan kepada pengecer dengan meyakinkan harga dan kualitas telur puyuh yang masih baru.

Pada Tabel 1 berikut memperlihatkan data perbandingan harga telur puyuh Rizky dengan harga pesaing dari Luar Kota.

Tabel 1**Data perbandingan harga Telur Puyuh Rizky dengan
Telur Puyuh Pesaing dari Luar Kota**

No	Nama Perusahaan	Kota	Harga/Lapik
1	Bintang Tiga	Medan	Rp 21000
2	Rizky	Padang	Rp 24000
3	Raja Puyuh	Kerinci	Rp 23000

Sumber: Rizky Adrian, 2014.

Berdasarkan dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa pemasok telur puyuh dari luar kota menekan harga dibawah harga yang ditetapkan Usaha Telur Puyuh Rizky. Tekanan harga dari pemasok luar Kota ini disebabkan karena sudah lamanya telur dari hari menetasnya. Seperti 5 hari bahkan seminggu.

Pada Tabel 2 berikut memperlihatkan data perbandingan harga telur puyuh Rizky dengan harga pesaing dari dalam Kota.

Tabel 2**Data perbandingan harga Telur Puyuh Rizky dengan T
elur Puyuh Pesaing dalam Kota Padang**

No	Nama Perusahaan	Tempat	Harga/Lapik
1	Pak Ijup	Lubuk Minturun	Rp 24500
2	Rizky	Bungo Pisang	Rp 24000
3	Pak Si Al	baypas	Rp 22500

Sumber: Wawancara langsung dengan masing-masing pengusaha telur puyuh, 2014

Berdasarkan dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa pesaing telur puyuh dalam kota Padang menjual dengan harga yang berbeda dengan harga yang ditetapkan Usaha Telur Puyuh Rizky. Pak Si Al menjual telur puyuh dibawah harga yang dijual usaha Telur Puyuh Rizky.

Dari latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis berminat melakukan penelitian dengan judul "*Tinjauan Bauran Pemasaran Pada Usaha Telur Puyuh Rizky di Kota Padang*".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut : "Bagaimana Bauran Pemasaran Telur Puyuh Rizky di Kota Padang"?

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Bauran Pemasaran Telur Puyuh Rizky di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Memberikan gambaran tentang Bauran Pemasaran Usaha Telur Puyuh Rizky di Kota Padang.
2. Sebagai bahan masukan bagi Usaha Telur Puyuh Rizky untuk meningkatkan Pemasaran di Kota Padang.
3. Untuk mendapatkan gelar A. Md bagi penulis.
4. Sebagai khasanah perpustakaan dibidang Manajemen Perdagangan menyangkut tentang Peninjauan Bauran Pemasaran Usaha Telur Puyuh Rizki di Kota Padang.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan di Usaha Telur Puyuh Rizky Perumahan Bungo Pisang Blok B.10 Kelurahan Bungo Pisang Kec. Koto Tangah Padang, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa Usaha Telur Puyuh Rizky merupakan usaha telur puyuh yang baru berkembang di kota Padang.

Hal ini dapat dilihat aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu:

1. Produk (*product*), Usaha Telur Puyuh Rizky yang terus berusaha dalam menjaga keunggulan dari telur puyuh yang dihasilkan. Produk yang ditawarkan oleh Usaha Telur Puyuh Rizky ini sudah sangat bermutu. Sebab, peternakan ini sudah berupaya mempertahankan mutu dan kualitas hasil produknya seperti perkandangan yang selalu diperhatikan kebersihannya, pemilihan bibit yang sehat atau bebas dari penyakit, pengontrolan dan pemberian pakan yang teratur serta dijaga.
2. Harga (*Price*), harga produk yang ditawarkan oleh Usaha Telur Puyuh Rizky sangat bagus, karena Usaha Telur Puyuh Rizky konsisten menetapkan harga telur yang ditetapkan sesuai dengan mempertimbangkan pengeluaran yang dikeluarkan seperti biaya pakan dan transportasi. Dapat dilihat dari kualitas, keunggulan produk sesuai dengan harga yang ditetapkan Usaha Telur Puyuh Rizky. Namun harga dari pesaingnya masih ada di bawah harga yang ditetapkan Usaha Telur Puyuh Rizky sehingga Usaha Telur Puyuh Rizky masih kalah dalam

3. persaingan harga.
4. Distribusi, proses distribusi dilakukan dengan cara menyalurkan langsung ke pengecer atau warung-warung. Lokasi, Usaha Telur Puyuh Rizky terletak di Perumahan Bungo Pisang Blok B.10 Kelurahan Bungo Pisang Kec. Koto Tangah Padang. Akses lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum dan lokasi dapat dilihat dengan jelas oleh konsumen.
5. Promosi (*promotion*), di lihat dari promosi Usaha Telur Puyuh Rizky belum cukup baik, karena dalam promosikan produk hanya dengan menawarkan produk langsung ke pengecer. Sementara Usaha Telur Puyuh Rizky belum mempromosikan produknya ke media massa radio maupun koran atau selebaran.

Secara keseluruhan pemasaran Usaha Telur Puyuh Rizky sudah bagus dan sesuai dengan konsep teori aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang ada. Walaupun masih ada kekurangan-kekurangan yang dimiliki, seperti promosi.

B. Saran

Perlu adanya upaya peningkatan aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Usaha Telur Puyuh Rizky. Supaya Usaha Telur Puyuh Rizky makin dikenal masyarakat luas, secara keseluruhan kinerja Usaha Telur Puyuh Rizky ini cukup bagus, namun dari dilihat dari semua aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) ini masih ada kelemahan atau kekurangan, seperti:

1. Promosi (*promotion*), seharusnya Usaha Telur Puyuh Rizky lebih meningkatkan promosinya dengan membuat iklan di radio-radio, TV, selebaran, dan koran agar Usaha Telur Puyuh Rizky lebih dikenal masyarakat luas. Usaha Telur Puyuh Rizky juga seharusnya mencoba pengiklanan lewat internet seperti berniaga.com dan toko bagus. Sebab pengiklanan di internet tidak menggunakan biaya yang besar dan bisa menekan biaya pengeluaran.
2. Pemasaran Usaha Telur Puyuh Rizky hendaknya tidak dilakukan pemasaran hanya di Kota Padang, tapi juga dilakukan di luar Kota seperti, Solok, Bukittinggi, Payakumbuh, dan Sijunjung.
3. Harga, hendaknya Usaha Telur Puyuh Rizky mengurangi harga telur yang dipasarkannya agar dapat memenangkan persaingan harga, sebab harga dari pesaingnya masih ada di bawah harga yang ditetapkan Usaha Telur Puyuh Rizky.
4. Usaha Telur Puyuh Rizky harus tetap menjaga mutu dan kualitas produk selalu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2005. Edisi revisi. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Amir, Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Husein, Umar . 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta Utara: Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Keller. 2009. Jilid satu. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- . 2009. Jilid dua. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. 2002. Edisi 1. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pearson Education Asia Pte. Ltd. Dan PT Prenhalinndo
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2008. edisi keduabelas. Jilid satu. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono dan Chandra. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi offset.