

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PADA PCP INDONESIA
CABANG PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen (DIII)
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh

**DAVIDLI ILHAMI
58005/2010**

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

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**LOYALITAS PELANGGAN PADA PCP INDONESIA
CABANG PADANG**

Nama : Davidli Ilhami
Nim/BP : 58005/2010
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

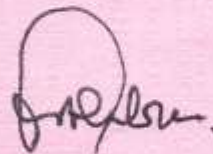
Padang, Agustus 2014

Diketahui oleh
Koordinator Program Diploma III



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

Disetujui oleh
Pembimbing



Gesit Thabrani, S.E, MT
NIP : 19760606 200212 1 005

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

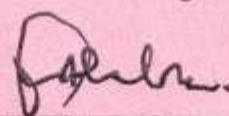

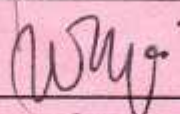
**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PADA PCP INDONESIA
CABANG PADANG**

Nama : Davidli ilhami
Nim : 58005
Program studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2014

Tim Penguji

| Nama | | Tanda tangan |
|------------------------------|-----------|--|
| 1. Gesit Thabrani, SE, MT | (Ketua) |  _____ |
| 2. Vidyarini Dwita, SE, M.Si | (Anggota) |  _____ |
| 3. Whyosi Septrizola, SE, | (Anggota) |  _____ |

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Davidli ilhami
Tempat/Tanggal Lahir : Padang 31 januari 1990
Program studi : Manajemen perdagangan (DIII)
Keahlian : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jln Belibis blok D gang Flaminggo no 2 ATB
Judul Tugas Akhir : Loyalitas Pelanggan pada PCP Indonesia Cabang Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan berlaku.

Padang, Juli 2014

yang menyatakan



Davidli ilhami

58005

ABSTRAK

Davidli ilhami/58005 : Loyalitas Pelanggan Pada PCP Indonesia Cabang Padang

Pebimbing : Gesit Thabrani SE, MT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah loyalitas pelanggan dapat di persepsikan positif oleh pelanggan perusahaan PCP Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan PCP Indonesia Cabang Padang. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan perusahaan PCP Indonesia yang pernah melakukan pengiriman barang melakukan jasa perusahaan PCP Indonesia Cabang padang.

Teknik pengumpulan data berdasarkan angket, observasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa: Dimensi loyalitas pelanggan dalam indikator pada persepsi pelanggan terhadap pelayanan dan mengenai perilaku yaitu positif. Artinya loyalitas pelanggan yang diberikan pelanggan kepada perusahaan PCP Indonesia Cabang padang dipersepsikan positif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pada perusahaan PCP Indonesia Cabang Padang berada pada tingkat tinggi dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 81,31%. Oleh sebab itu kepada perusahaan PCP Indonesia Cabang Padang diharapkan dapat meningkatkan dan mempertahankan pelayanan yang lebih baik agar dapat mencapainya loyalitas pelanggan yang tinggi sehingga mempermudah pencapaian tujuan perusahaan.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil'aalamiin. Atas rahmat, taufik, dan hidayah AllahSWT, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan PCP Indonesia Cabang Padang”. Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada jurusan Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa motivasi, dukungan, bimbingan, bantuan, serta do'a yang telah banyak diberikan dari berbagai pihak selama penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, semangat, kepercayaan kepada penulis untuk mencapai yang terbaik.
2. Ibu Vidyarini Dwita, SE, M.Sidan ibu Whyosi Septrizola, SE, selaku penguji yang juga telah memberikan arahan, bimbingan dan masukannya sampai Tugas Akhir ini terselesaikan dengan baik.
3. Kepada seluruh Staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberi bekal ilmu kepada penulis.
4. Para Pengurus dan karyawan perusahaan PCP Indonesia Cabang Padang yang telah mengizinkan penulis untuk kemudahan dalam menyelesaikan Tugas akhir ini
5. Kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi angket penelitian ini, terimakasih atas kerjasamanya.

6. Terima Kasih kepada yang tercinta Papa dan Mama atas do'a, perhatian, kasih sayang dan semua pengorbanannya yang tidak terhingga dan tidak dapat digantikan oleh siapapun dan apapun. Untuk kakak dan semua adiknya tersayang, tetaplah melakukan yang terbaik untuk keluarga kita dan tunjukkan kebanggaan itu secepatnya.
7. Kepada sosok terhebat yang selalu setia mendampingi, menginspirasi, memberikan semangat, dan selalu berusaha memberikan yang terbaik.
8. Kepada Rekan-rekan mahasiswa Manajemen Perdagangan Diploma III Ganjil Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang terutama angkatan 2010 atas kebersamaan yang sangat terkenang selama ini.
9. Kepada rekan-rekan angkatan 2010 Diploma III fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
10. Kepada semua rekan-rekan Hima Prodi Diploma III yang selama ini menjadi aktivis berbagi untuk berbagai kegiatan aktivitas kampus.
11. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan.

Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itu segala kritik dan saran yang bermanfaat sangat penulis harapkan. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Juli 2014

Davidli ilhami

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-----------|
| ABSTRAK..... | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL | vi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A.LatarBelakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| BAB II KAJIAN TEORI | |
| A. Pengertian Loyalitas..... | 8 |
| B. Karakteristik Loyalitas Pelanggan..... | 10 |
| C. Tahap Pertumbuhan Loyalitas..... | 11 |
| D. Pengertian Jasa..... | 12 |
| E. Karakteristik Jasa | 13 |
| F. Klasifikasi Jasa | 14 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir | 17 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 17 |
| C. Rancangan Penelitian | 17 |
| 1. Jenis Penelitian | 17 |
| 2. Tahapan Penelitian..... | 17 |
| 3. Objek Penelitian..... | 18 |
| 4. Instrumen Penelitian | 18 |
| 5. Teknik Analisis..... | 18 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil Perusahaan

| | |
|---|----|
| 1. Sejarah..... | 21 |
| 2. Visi dan Misi..... | 21 |
| 3. Struktur Organisasi | 22 |
| 4. Deskripsi | 23 |
| 5. Jenis Produk yang Diterima atau dapat Dikirimkan Melalui Pihak PCP . | 24 |

B. Pembahasan

| | |
|---------------------------------|----|
| 1. Karakteristik Responden..... | 26 |
| 2. Hasil Pengolahan Data | 28 |

BAB V PENUTUP

| | |
|-----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan | 31 |
| 5.2. Saran..... | 31 |

| | |
|----------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA..... | vii |
|----------------------------|------------|

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----------|
| Tabel 1.1 Data Penjualan | 3 |
| Tabel 1.2 Data Penjualan | 4 |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 17 |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 25 |
| Tabel 4.2 Profil Status Marital Responden | 25 |
| Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia | 26 |
| Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan | 26 |
| Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pengiriman..... | 27 |
| Tabel 4.6 TCR Mengenai Prilaku | 28 |

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di masa sekarang ini, persaingan antar perusahaan semakin ketat, terutama persaingan antar perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis untuk merebut pangsa pasar, baik dalam persaingan kualitas produk, harga, distribusi dan promosinya. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kemajuan perusahaan, disamping kegiatan pembelanjaan dan Sumber Daya Manusia. Untuk mengatasi persaingan, maka setiap perusahaan harus mampu menyusun strategi yang efektif di bidang pemasaran karena kegiatan pemasaran sangat menentukan keberhasilan produk untuk diterima konsumen. Perusahaan harus dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pada akhirnya dapat tercipta loyalitas pelanggan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melakukan kesetiaan dan pengabdian antusias kepada negara, cita-cita atau individu. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama, Lovelock (2005:133).

Loyalitas pelanggan dapat diraih dengan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan konsumen atau bahkan melebihi dari harapan tersebut. Oleh sebab itu, loyalitas pelanggan harus disertai dengan kepuasan yang diharapkan. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif, jadi semakin lama loyalitas seorang konsumen semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang dirasakan pelanggan, dan nilai yang dipikirkan pelanggan.

PT. PCP Indonesia merupakan perusahaan pengiriman barang dan jasa yang meliputi pengiriman dokumen dan paket. PCP Indonesia sendiri telah mempunyai cabang di 33 Provinsi yang tersebar di Indonesia dan memiliki lebih dari 100 outlet yang terdiri 26 lokasi yang merupakan PCP pusat distribusi, dan 24 lokasi merupakan agen dari khusus, serta 50 lokasi PCP service points.

Berikut ini adalah laporan tabel hasil penjualan PCP Indonesia Cabang Padang tahun 2012 dan 2013 ;

Tabel 1.1 Data Penjualan 2012

| No | Tanggal | Jenis | | Layanan | | Pcs | Kg | Total Sales |
|--------|---------|-------|-------|---------|-----|--------|--------|-------------|
| | | Doc | Page | ONS | OFS | | | |
| 1 | Jan | 726 | 389 | 1.116 | - | 1.179 | 2.715 | 45.874.850 |
| 2 | Feb | 824 | 437 | 1.261 | - | 1.316 | 3.658 | 63.094.800 |
| 3 | Mart | 829 | 518 | 1.375 | - | 1.375 | 2.859 | 39.945.750 |
| 4 | Apr | 777 | 464 | 1.238 | - | 1.280 | 3.350 | 40.417.850 |
| 5 | Mei | 891 | 474 | 1.364 | - | 1.401 | 2.801 | 47.316.100 |
| 6 | Jun | 679 | 259 | 937 | - | 958 | 2.158 | 24.884.100 |
| 7 | Jul | 857 | 424 | 1.281 | 2 | 1.353 | 3.116 | 44.859.275 |
| 8 | Agus | 691 | 378 | 1.071 | - | 1.102 | 3.624 | 33.358.535 |
| 9 | Sept | 832 | 363 | 1.194 | 1 | 1.208 | 2.792 | 30.969.365 |
| 10 | Okt | 902 | 384 | 1.287 | - | 1.300 | 2.696 | 31.757.000 |
| 11 | Nov | 730 | 367 | 1.085 | 5 | 1.114 | 2.355 | 24.823.025 |
| 12 | Des | 656 | 338 | 996 | - | 1.024 | 2.267 | 24.051.075 |
| Jumlah | | 9.394 | 4.795 | 14.177 | 8 | 14.610 | 36.201 | 451.351.725 |

Sumber data penjualan tahun 2012

Berdasarkan data Tabel 1.1 data penjualan pada tahun 2012 mengalami peningkatan dan penurunan. Peningkatan penjualan tertinggi pada bulan Februari sebesar 63.094.800 dan penurunan terendah terjadi pada bulan Desember sebesar 24.051.075.

Data Tabel hasil penjualan PCP Indonesia Cabang Padang pada tahun 2013:

Tabel 1.2 Data Penjualan 2013

| No | Tanggal | Jenis | | Layanan | | Pcs | Kg | Total Sales |
|--------|---------|-------|-------|---------|-----|--------|--------|-------------|
| | | Doc | Page | ONS | OFS | | | |
| 1 | Jan | 667 | 369 | 1.036 | - | 1.055 | 2.551 | 29.253.645 |
| 2 | Feb | 892 | 520 | 1.721 | - | 3.133 | 3.786 | 45.326.400 |
| 3 | Mart | 724 | 682 | 1.632 | - | 3.038 | 2.974 | 44.513.275 |
| 4 | Apr | 655 | 327 | 1.074 | - | 1.205 | 2.663 | 32.631.850 |
| 5 | Mei | 762 | 510 | 1.451 | 2 | 2.324 | 2.896 | 41.298.125 |
| 6 | Jun | 505 | 342 | 847 | - | 866 | 1.834 | 24.671.200 |
| 7 | Jul | 836 | 516 | 1.348 | - | 2.064 | 1.936 | 39.175.500 |
| 8 | Agus | 759 | 602 | 1.154 | 1 | 1.862 | 1.631 | 35.447.350 |
| 9 | Sept | 889 | 384 | 1.220 | 1 | 1.434 | 1.293 | 31.542.775 |
| 10 | Okt | 752 | 523 | 1.084 | - | 1.776 | 1.591 | 35.243.200 |
| 11 | Nov | 767 | 455 | 1.264 | 1 | 1.842 | 2.052 | 40.260.550 |
| 12 | Des | 870 | 631 | 1.389 | 1 | 2.165 | 2.013 | 39.652.375 |
| Jumlah | | 9.078 | 5.861 | 15.220 | 6 | 22.764 | 27.220 | 439.016.245 |

Sumber data penjualan pada tahun 2013

Berdasarkan data Tabel 1.2 data penjualan pada tahun 2013 mengalami peningkatan dan penurunan. Peningkatan penjualan tertinggi pada bulan Februari sebesar 45.326.400 dan penurunan terendah terjadi pada bulan Juni sebesar 24.671.200.

Hal ini memicu pada permasalahan loyalitas dari konsumen dan respon emosi konsumen pada perusahaan tersebut. Dimana pendapatan perusahaan dan image perusahaan akan menurun sehingga konsumen berpaling ke perusahaan jasa lain yang memiliki keunggulan dalam fasilitasnya dari perusahaan PCP Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil objek penelitian yaitu “PCP Indonesia” suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang (ekspedisi). Dimana perusahaan tersebut menawarkan jasa pengiriman barang via

angkutan darat, udara dan laut. Produk yang diberikan dari perusahaan ini adalah jasa pengiriman barang atau dokumen dari semua segmen, mulai segmen menengah kebawah sampai menengah ke atas. Namun belakangan ini perusahaan tersebut mengalami berbagai permasalahan yang dihadapi seperti, keterlambatan dalam pengiriman, kerusakan dalam pengiriman, belum optimalnya disiplin kerja, kebersihan lingkungan tempat kerja dan kenyamanan ruang tunggu konsumen.

Keterlambatan dalam pengiriman barang. Keterlambatan tersebut terjadi karena lamanya respon dari karyawan pada saat penjemputan barang ke bandara dan pengantaran barang ke tempat pelanggan, fenomena ini sering terjadi pada bagian driver perusahaan.

Kerusakan dalam pengiriman barang. Kerusakan tersebut terjadi karena terlalu cerobohnya driver pada saat membawa barang kiriman dan menyebabkan barang terjatuh dan terjadi kerusakan.

Belum optimalnya disiplin kerja juga terlihat pada beberapa karyawan yang kurang tepat waktu. Waktu kerja dimulai pukul 08.00, namun para karyawan diharapkan sudah berada di kantor. Karena melaksanakan doa pagi yang menjadi kegiatan rutin perusahaan. Namun, kadang kalanya masih ada karyawan datang ke kantor lewat dari jam yang telah ditentukan.

Kebersihan lingkungan tempat kerja dan karyawan ruang tunggu konsumen. Hal ini terjadi karena tidak adanya *cleaning service* dan kesadaran para karyawan untuk membersihkan ruang tempat kerja perusahaan.

Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian terhadap loyalitas pelanggan atas layanan yang diberikan perusahaan PCP Indonesia. Penelitian tersebut dilakukan dengan cara menilai tingkat loyalitas pelanggan perusahaan PCP Indonesia dari segi persepsi perilaku. Oleh sebab itu, maka penulis membuat tugas akhir yang berjudul **“LOYALITAS PELANGGAN PADA PCP INDONESIA CABANG PADANG”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana mengetahui persepsi dari segi perilaku terhadap layanan yang diberikan perusahaan PCP Indonesia.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dari segi perilaku terhadap layanan yang diberikan perusahaan PCP Indonesia

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Bagi penulis, manfaatnya sebagai syarat untuk menyelesaikan tugas akhir pada Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

2. Bagi perusahaan

Sebagai suatu referensi dan masukan untuk PCP INDONESIA agar mereka bisa lebih mengetahui apa yang terjadi dan meningkatkan pelayanannya.

3. Bagi pihak lain

Dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan untuk menambah pengetahuan dan penelitian lebih lanjut.

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab IV, maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. PCP Indonesia Cabang Padang memiliki sikap loyalitas yang sangat baik.

5.2 Saran

Dilihat dari hasil olahan data yang dilakukan, sikap loyalitas pelanggan belum optimal. Dari beberapa pernyataan yang ada, ada pernyataan yang memiliki pernyataan terendah adalah saya akan mengurangi kunjungan kepada perusahaan pengiriman lain dengan TCR sebesar 79,43%. Maka perusahaan harus melakukan peningkatan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas dan senang terhadap pelayanan perusahaan, dengan menambahkan fasilitas-fasilitas yang di rasa perlu untuk menarik perhatian pelanggan. Dan untuk pernyataan lain dapat disarankan bahwa perusahaan harus mempertahankan pelayanan kepada pelanggan supaya lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Dharmayanti, Diah, 2006, *Analisa Sensitivitas Respon Konsumen Terhadap Ekstensifikasi Merek (Brand Extension) Pada Margarine Merek Filma Di Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran Volume 1 Nomer 2 oktober 2006.
- Fandy,Tjiptono,2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Yogyakarta: Andy, Edisi Kedua, Cetakan Keempat.
- Fandy Tjiptono,2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty How to Earn It, How to Keep It*. Kentucky:McGraw-Hill.
- Husein, Umar.2003.*Metode Riset dan Perilaku Konsumen Jasa*.PT. GhaliaIndonesia: Jakarta.
- Kotler, Philip,(2000),*Manajemen Pemasaran*,PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta:PT. Indeks
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba Empat.
- Nazir, moh. 2009. *Metode penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Ratih, Hurriyati.2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta: Bandung.
- Riduwan dan Sunarto. (2011). *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutisna. (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, Cetakan I.

[Www.pcpindonesia.com](http://www.pcpindonesia.com)