

**SISTEM SALURAN DISTRIBUSI PT MENARA AGUNG
MAIN DEALER HONDA PADANG**

TUGAS AKHIR

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



Oleh
REGIVA NUANSA AZZURA
1208780

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : Sistem Saluran Distribusi PT. Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang
Nama : Regiva Nuansa Azzura
TM/NIM : 2012/1208780
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2018

Disetujui,

**Koordinator Program Studi
D III Manajemen Perdagangan**



Firman, S.F., M.Sc
NIP. 19800206 200312 1 004

Pembimbing Tugas Akhir



Muthia Roza Linda, S.E., MM
NIP. 19800325 200812 2 002

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

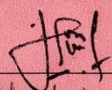
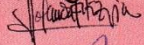
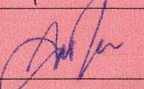
**SISTEM SALURAN DISTRIBUSI PT MENARA AGUNG
MAIN DEALER HONDA PADANG**

Nama : Regiva Nuansa Azzura
NIM/BP : 1208780/2012
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

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

Padang, Agustus 2018

Tim Penguji :

Nama		Tanda Tangan
1. Muthia Roza Linda, S.E., M.M.	(Ketua)	
2. Yolandafitri Zulvia, S.E., M.Si	(Anggota)	
3. Arief Maulana., S.E., M.M.	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

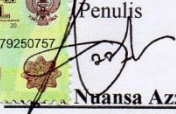
Saya yang bertandatangan di bawah ini:


Nama : Regiva Nuansa Azzura
NIM/ Th. Masuk : 1208780 / 2012
Tempat / Tanggal Lahir : Padang / 01 November 1994
Jurusan : Manajemen Perdagangan DIII
Keahlian : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Rambutan No. 01, Belimbing, Kuranji Padang
No. Hp/Telp : 082386186906
Judul Skripsi : "Sistem Saluran Distribusi PT. Menara Agung
Main Dealer Honda Padang"

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/ Tugas Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (AMD) baik di UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/ tugas akhir ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas di cantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/ tugas akhir ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua Jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran di dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, 01 Agustus 2018
Penulis

Nuansa Azzura
NIM : 1208780/2012



ABSTRAK

Regiva Nuansa Azzura/1208780 : Sistem Saluran Distribusi PT. Menara

Agung *Main Dealer* Honda Padang

Pembimbing

: Muthia Roza Linda, S.E., M.M.

Penelitian ini dilakukan di PT. Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor Honda. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana sistem distribusi yang dilakukan oleh PT Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Objek tersebut di analisis dengan cara mengumpulkan informasi yang berasal dari karyawan perusahaan untuk di deskripsikan dan di simpulkan. Data yang di peroleh berupa hasil wawancara dengan karyawan PT Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang.

Dari penelitian yang dilakukan, di peroleh informasi sistem saluran apa yang di terapkan oleh PT Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang. Saluran distribusi yang digunakan oleh PT Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang adalah bentuk saluran distribusoi tingkat nol dan tingkat satu. Dalam distribusi tingkat nol PT Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang menjual unit motor Honda secara langsung tanpa menggunakan perantara sedangkan pada saluran distribusi tingkat satu PT Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang menggunakan perantara *dealer* untuk menjual dan mendistribusika unit motor Honda hingga sampai ke tangan konsumen.

Kata Kunci: Saluran Distribusi, Sistem Distribusi, Distribusi Fisik

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**Sistem Saluran Distribusi Main Dealer Honda Padang**”. Tugas Akhir ini dikerjakan demi memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini bukanlah tujuan akhir dari belajar karena belajar adalah sesuatu yang tidak terbatas.

Terselesainya Tugas Akhir ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Muthia Roza Linda S.E., M.M selaku dosen Pembimbing Tugas Akhir dan yang telah memberikan ilmu, pengarahan, perhatian, masukan serta waktu kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Firman, SE, M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Perdagangan, dan Staf Tata Usaha Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kemudahan dalam penelitian dan penulisan tugas akhir ini.
3. Ibu Yolandafitri Zulvia, S.E., M.Si dan Bapak Arief Maulana., S.E., M.M. selaku pengju I dan penguji II.
4. Bapak Hendri Andi Mesta, SE.Ak, MM sebagai Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu dengan ikhlas dan tulus dalam memberikan bimbingan akademik.

5. Teristimewa penulis ucapkan pada Orang tua, dan keluarga besar tercinta yang telah memberikan kesungguhan do'a, bantuan moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya, semoga Allah SWT meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya, Amin.

Padang, Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PEGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Saluran Distribusi.....	9
B. Konsep Strategi Saluran Distribusi.....	10
C. Fungsi Saluran Distribusi.....	11
D. Tujuan Saluran Distribusi.....	14
E. Bentuk-Bentuk Saluran Distribusi.....	16
F. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi.....	20

BAB III PENDEKATAN PENELITIAN

A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir.....	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
C. Rancangan Penelitian.....	26
D. Objek Penelitian.....	26
E. Sumber Data Penelitian.....	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	27

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	28
B. Pembahasan.....	39

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Penjualan Motor Honda di Indonesia.....	2
Tabel 2.1 Data Penjualan Motor Nasional Tahun 2018.....	5
Tabel 3.1 Tugas dan Fungsi Saluran Pemasaran Industri.....	13

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Saluran Pemasaran Konsumen.....	17
Gambar 1.2 Saluran Pemasaran industri.....	18
Gambar 1.3 Struktur Organisasi PT Menara Agung Padang.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 2 : Surat Izin Observasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti ini seiring dengan perkembangan teknologi, semakin banyak pertumbuhan usaha yang bermunculan dengan berbagai produk yang ditawarkan. Adanya keberagaman tersebut membuat konsumen lebih leluasa untuk memilih produk apa yang akan dikonsumsi. Ini membuat persaingan usaha semakin ketat dan memicu setiap perusahaan untuk dapat mengupayakan langkah-langkah yang harus ditempuh guna mencapai target penjualan. Begitu pula halnya dengan Industri sepeda motor yang harus dapat menyesuaikan produknya sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen dikarenakan faktor pertumbuhan sepeda motor yang semakin meningkat, ini ditandai dengan terus bertambahnya kuantitas kendaraan yang dimiliki masyarakat dan terlihat pada mobilitas kendaraan yang berada di jalan-jalan kota besar.

Di Indonesia, persaingan pada bidang otomotif khususnya produksi sepeda motor memang sangat tinggi. Semakin lama semakin banyak merk yang diluncurkan produsen sepeda motor dengan tujuan bersaing dengan merk lainnya misalnya Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, Bajaj, TVS, Minerva dll. Jenis dan model yang dihadirkan pun kini juga semakin bervariasi dan memiliki kelebihan masing-masing. Dari berbagai macam merk sepeda motor hanya Honda yang memimpin pangsa pasar Indonesia tahun ini karena penjualannya yang terus meningkat dari merk-merk lainnya, dibuktikan

dengan dirilisnya Data Penjualan Sepeda Motor Nasional Tahun 2017 oleh Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) pada lima bulan terakhir tahun 2017.

Tabel 1. Tingkat Penjualan Motor Honda di Indonesia.

Periode	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	TVS	Total
Jan-2017	368,739	94,117	3,511	7,370	142	473,879
Feb-2017	345,921	93,511	5,904	8,298	149	453,763
Mar-2017	358,524	98,040	8,600	8,601	131	473,896
Apr-2017	509,155	101,908	5,878	6,002	101	388,045
May-2017	515,751	122,186	8,526	5,915	118	531,496
Total	2,098,090	509,762	32,420	36,186	621	2,321,079

Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor (AISI)

Berdasarkan Tabel diatas yang dihimpun oleh Asosiasi Industri Sepeda Motor (AISI) total penjualan sepeda motor tahun 2017 lima bulan terakhir pada merk Honda yaitu sebanyak 2,098,090 unit dan kemudian disusul oleh Yamaha dengan total penjualan sebesar 509,762 unit, Suzuki 32,420 unit, Kawasaki 36,186 unit dan TVS sebesar 621 unit. Ini menandakan bahwa merk sepeda motor Honda lah yang memimpin pangsa pasar pada lima bulan terakhir tahun 2017 dikarenakan angka penjualan lebih tinggi dari merk lainnya.

Keberhasilan penjualan yang diraih oleh motor merk Honda tidak lepas dari sistem saluran distribusi yang memperlancar penjualan produk Honda dari pusat sampai ke berbagai daerah di Indonesia. Salah satu perusahaan di

Indonesia yang bergerak di industri otomotif sepeda motor adalah PT Astra Honda Motor. Perusahaan berusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan cara menunjuk *Main Dealer* sebagai distributor untuk memasarkan produk Honda ke beberapa kota besar yang ada di Indonesia. PT Astra Honda Motor merupakan Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) sepeda motor Honda di Indonesia yang ditunjuk oleh produsen utama motor Honda yang ada di Jepang untuk memproduksi dan memasarkan produk motor Honda di Indonesia. PT Astra Honda Motor untuk memasarkan produknya ke konsumen akhir membutuhkan *Main Dealer* dan *Dealer* sebagai perantaranya. *Main Dealer* adalah badan usaha yang ditunjuk oleh Agen Tunggal Pemegang Merk (ATPM) untuk mendistribusikan dan memasarkan produk ke masing-masing *dealer*. *Dealer* adalah badan usaha atau perorangan yang memasarkan produk secara langsung (*direct selling*) ke konsumen akhir.

Salah satu *Main Dealer* resmi yang ditunjuk oleh PT Astra Honda Motor dalam mendistribusikan sepeda motor Honda di kota Padang adalah PT Menara Agung yang berkedudukan di jalan Veteran No. 30, Padang. Sebagai *Main Dealer* PT Menara Agung berusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan cara bekerjasama dengan beberapa jaringan *Dealer* yang tersebar di beberapa wilayah di kota Padang. Hal ini dilakukan perusahaan sebagai upaya mempermudah distribusi produk ke konsumen akhir. Distribusi menjadi bagian penting dalam proses penyampaian produk dari perusahaan manufaktur atau produsen kepada konsumen akhir. Sebaik apapun produk

dan segenar apapun promosinya, tanpa distribusi yang baik tidak mungkin produk tersebut dapat sampai pada konsumen akhir dengan tepat. Saat ini rantai dan saluran distribusi tidak hanya bertujuan untuk mengurangi biaya tetapi lebih dari itu adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:40), saluran distribusi atau saluran pemasaran merupakan sekelompok organisasi saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Saluran distribusi terdiri dari beberapa bagian penting yang saling terkait dan mempengaruhi, beberapa bagian tersebut antara lain adalah supplier, produsen, distributor dan retailer serta konsumen. Biasanya barang tersebut bukan untuk dijual lagi, tapi lebih kepada pendukung kegiatan usaha. Produsen merupakan sebuah lembaga atau perorangan yang memproduksi atau membuat barang jadi yang siap dikirim atau di distribusikan kepada konsumen. Distributor adalah seorang atau perusahaan yang membeli produk dari perusahaan yang memproduksinya langsung dan menawarkan atau menjual kembali kepada toko atau retail. Distributor bisa saja mengambil produk dari beberapa produsen untuk ditawarkan ke toko-toko. Retailer berarti toko yang bertujuan menjualkan langsung kepada konsumen akhir yang barangnya tidak untuk dijualkan lagi oleh konsumennya. Pelanggan atau konsumen adalah yang menggunakan barang yang dibuat produsen.

Namun upaya yang dilakukan PT Menara Agung Padang tak jarang mengalami hambatan di bidang pendistribusian unit kendaraan sepeda motor

Honda seperti keterlambatan penerimaan unit dari perusahaan induk Astra ke *Main Dealer*, ketidaksesuaian antara barang yang dikirim dan yang dibutuhkan *Main Dealer*, kurangnya kelengkapan standar unit yang dikirim oleh perusahaan induk, dan lain sebagainya yang penurunan penjualan motor Honda pada dua bulan terakhir tahun 2018 yang dibuktikan dengan dirrilisnya Data Penjualan Motor Nasional Tahun 2018 oleh Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) pada tiga bulan terakhir tahun 2018.

Tabel 2. Data Penjualan Motor Nasional Tahun 2018.

Periode	Honda	Yamaha	Kawasaki	Suzuki
Januari-2018	345,957	122,989	7,509	6,051
Februari-2018	339,152	85,429	10,456	4,500
Maret-2018	384,187	133,126	13,934	4,007
Total	1,069,296	341,554	31,934	14,558

Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor (AISI)

Masalah yang terjadi dalam pendistribusian dari perusahaan induk ke *Main Dealer* menyebabkan lamanya waktu yang dibutuhkan agar produk sampai ke tangan konsumen. Dari Tabel di atas yang sebelumnya total penjualan motor Honda dari bulan Januari dan Februari tahun 2017 adalah sebanyak 174,660 turun menjadi 685,109 pada bulan Januari dan Februari tahun 2018. Baiknya Astra Induk dan PT Menara Agung Honda cabang Padang bisa mengantisipasi masalah yang terjadi agar tidak kehilangan konsumen sehingga bisa menguasai pasar dengan baik dan menjadi pemimpin pasar industri sepeda motor dan tidak mengalami kerugian akibat

kehilangan konsumen. Dalam kasus yang dihadapi perusahaan ini berhubungan dengan saluran distribusi yang digunakan agar unit atau produk bisa sampai ke pelanggan tepat waktu dan tepat sasaran.

Secara garis besar ada dua jenis saluran distribusi yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran disitribusi langsung adalah produsen menyampaikan produk ke konsumen akhir tidak melalui perantara. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung perusahaan menggunakan jasa perantara seperti distributor untuk membantu penyampaian produk dari perusahaan ke konsumen akhir. Dari dua jenis saluran tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Apabila PT Menara Agung keliru dalam menetapkan strategi untuk pendistribusian produknya hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut. Misalkan lamanya waktu yang dibutuhkan agar produk sampai ke tangan konsumen padahal konsumen sangat membutuhkan dan hal tersebut dapat membuat pelanggan lari dari produk yang biasa ke produk pengganti yang tersedia daripada ia harus menunggu lama untuk produk yang biasa ia beli. Sehingga berpengaruh juga terhadap tingkat pendapatan perusahaan tersebut.

Dari uraian diatas mengingat arti pentingnya strategi distribusi dalam penyampaian produk kepada konsumen maka, penulis tertarik untuk menyusun tugas akhir dengan judul : “SISTEM SALURAN DISTRIBUSI PADA PT MENARA AGUNG *MAIN DEALER* HONDA PADANG”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu bagaimana sistem saluran distribusi produk yang diterapkan oleh PT Menara Agung Padang.

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan tujuan untuk mengetahui saluran distribusi yang diterapkan oleh PT Menara Agung Padang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- b. Sebagai tambahan ilmu pengetahuan khususnya mengenai sistem saluran distribusi motor pada PT Menara Agung Padang dan menjadi acuan bagi para pembaca guna memperluas wawasan dan dapat menjadi referensi tambahan bagi para penulis yang akan meneliti mengenai sistem distribusi di masa yang akan datang.
- c. Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan mengenai masalah-masalah yang ada dalam saluran distribusi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh PT Menara Agung Padang sebagai bahan pertimbangan usaha dan informasi dalam meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.
- b. Memberikan masukan dan bahan pertimbangan serta dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut dalam kajian yang sama.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang dilakukan maka pada bagian akhir penyusunan Tugas Akhir ini dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Menara Agung Honda Padang yaitu saluran distribusi tingkat nol dan tingkat satu dimana perusahaan memiliki pertimbangan-pertimbangan dalam penerapan saluran distribusi tersebut.

Penggunaan saluran distribusi tingkat nol adalah upaya perusahaan melayani konsumen yang ingin datang ke *showroom* untuk mendapatkan pelayanan yang lebih dan pilihan tipe unit yang lebih banyak dalam satu tempat yang luas dan nyaman. Selain itu penggunaan saluran distribusi tingkat satu dilakukan sebagai upaya menjangkau pasar di daerah-daerah yang selama ini belum terjangkau oleh perusahaan. Sehingga konsumen di daerah tersebut bisa menggunakan produk dari PT. Menara Agung Honda cabang Padang. Upaya penerapan yang dilakukan di bidang distribusi merupakan salah satu cara PT. Menara Agung Honda cabang Padang memperkuat posisinya di pasar.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dipaparkan di atas, adapun saran-saran yang penulis berikan kepada PT Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang yang mungkin akan bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu :

1. PT Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang agar lebih meningkatkan lagi pengelolaan yang baik dan tentunya juga dapat meningkatkan kualitas produk serta layanan yang diberikan.
2. PT Menara Agung *Main Dealer* Honda Padang perlu melakukan evaluasi terhadap saluran distribusi dan menjalin kerjasama yang lebih baik lagi dengan *Dealer-dealer* maupun *Sub-Dealer* yang berada di kota Padang agar informasi dapat tersampaikan dengan baik dan mengurangi resiko keterlambatan sampai ke tangan konsumen dengan tepat dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi dan Suwandi, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiarto, Subroto. 2011. *Pemasaran Industri*. Yogyakarta: Andi.
- Gregorius, dkk. 2004. *Pemasaran Global: Internasionalisasi dan Internetisasi*.
Yogyakarta: Andi
- Gregorius, Chandra. 2005. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*.
Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi ke-13*.
Terjemahan: bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Sofian, Assauri. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.