

**BAURAN PROMOSI KOPI “SERBUK SARI” PT. SARI PRATAMA
GANTINO DANGUNG-DANGUNG KABUPATEN 50 KOTA
PAYAKUMBUH**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada tim penguji ujian tugas akhir program studi manajemen
perdagangan (DIII) sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar
ahli madya*



Oleh:

**PUTRI MELLA SANDY
15384/2009**

**D3 MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

BAURAN PROMOSI KOPI "SERBUK SARI" PT. SARI PRATAM GANTINO

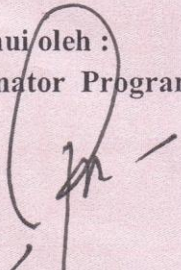
DANGUNG-DANGUNG KABUPATEN 50 KOTA

PAYAKUMBUH

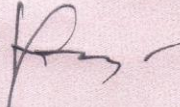
Nama : PUTRI MELLA SANDY
Nim / BP : 15384 / 2009
Program Studi : MANAJEMEN PERDAGANGAN (DIII)
Fakultas : EKONOMI

Padang, Maret 2013

Diketahui oleh :
Koordinator Program Diploma III


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

Disetujui Oleh :
Pembimbing


Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak
NIP. 19741125 200501 1 002

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

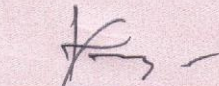
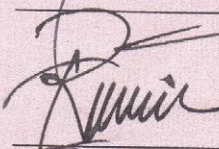
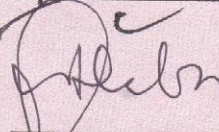
**BAURAN PROMOSI KOPI “SERBUK SARI” PT. SARI PRATAMA
GANTINO DANGUNG-DANGUNG KABUPATEN 50 KOTA**

PAYAKUMBUH

**Nama : PUTRI MELLA SANDY
Nim / BP : 15384 / 2009
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, Maret 2013

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak	(ketua)	
Rosyeni Rasyid, SE, ME	(anggota)	
Gesit Thabrani, SE, MT	(anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Mella Sandy
Thn. Masuk/NIM : 2009/15384
Tempat/Tgl. Lahir : Dandung-Dandung/26 Mei 1991
Program Studi : Manajemen Perdagangan DIII
Keahlian : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Belibis blok A no 8 ATB, Padang.
Judul Tugas Akhir : Bauran Promosi "Kopi Serbuk" Sari PT. Sari Pratama
Gantino Dandung-Dandung Kabupaten 50 Kota Payakumbuh.

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni dengan gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau 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 asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

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

Padang, Maret 2013

Yang menyatakan,



Putri mella Sandy

NIM: 15384

ABSTRAK

Putri Mella Sandy, (2009/15384): Bauran Promosi Kopi “Serbuk Sari” PT. Sari Pratama Gantino Danggung-Danggung Kabupaten 50 Kota Payakumbuh
Pembimbing : Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak

PT. Sari Pratama Gantino merupakan usaha yang bergerak dalam bidang industri dengan produk kopi serbuk sari. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran promosi kopi serbuk sari pada PT. Sari Pratama Gantino Danggung-Danggung kabupaten 50 kota Payakumbuh.

Penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif yaitu dengan menggambarkan atau menguraikan masalah secara sistematis dan kenyataan yang terjadi di PT. Sari Pratama Gantino yang menjadi objek pengamatan untuk memperoleh data berupa laporan-laporan, struktur organisasi dan sejarah umum, serta data dan informasi lainnya. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan cara observasi dan wawancara.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa PT. Sari Pratama Gantino dalam mempromosikan produk kopi serbuk sari melalui pengiklanan berupa iklan lewat radio dan iklan luar ruangan berupa papan merek dimana dengan pengiklanan ini masyarakat sekitar lebih mengetahui. Melalui promosi penjualan PT. Sari Pratama Gantino mempromosikan produknya dengan mempengaruhi konsumen dengan cara memberikan diskon sampai dengan 10% apabila membeli kopi dalam jumlah banyak. Pada publisitas PT. Sari Pratama Gantino menceritakan kesuksesan produknya pada media publik harian singgalang. Pada personal selling PT. Sari Pratama Gantino kurang maksimal karna keterbatasan karyawan. Pemasaran langsung dilakukan untuk mempertahankan hubungan kepada pelanggan.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, pemelihara seluruh alam raya, yang atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Bauran Promosi Kopi Serbuk Sari PT. Sari Pratama Gantino Dandung-Dandung Kabupaten 50 Kota Payakumbuh”**. Tugas akhir ini dikerjakan demi memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan Diploma III (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini bukanlah tujuan akhir dari belajar karena belajar adalah sesuatu yang tak terbatas.

Terselesaikannya tugas akhir ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Bapak Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak. selaku pembimbing yang telah memberikan ilmu, pengarahan, perhatian, masukan serta waktu kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah menyediakan fasilitas kuliah dan izin dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc selaku Ketua Program Studi, Bapak Firman, SE. M.Sc dan Ibu Nelvirita, SE, M. Si Ak selaku Sekretaris Program Studi 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. Bapak dan Ibu staf pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di almamater tercinta ini, serta kepada seluruh karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu di bidang administrasi.
4. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Pusat dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam menemukan sumber referensi.
5. Teristimewa penulis ucapkan pada Ayahanda, Ibunda dan keluarga besar tercinta yang telah memberikan kesungguhan do'a, bantuan moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Dan teristimewa juga penulis ucapkan kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan khususnya angkatan 2009 yang memberikan motivasi dan semangat serta masukan-masukan 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 yang 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, 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
1. Pemasaran	8
2. Konsep Promosi	8
3. Tujuan Promosi	10
4. Alat-alat Promosi	11
B. Bauran Promosi	14
1. Konsep Bauran Promosi.....	14
2. Bentuk Bauran Promosi	15
3. Faktor-faktor dalam menentukan bauran promosi.....	20

BAB III PENDEKATAN PENELITIAN

A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	22
C. Rancangan Penelitian	23

BAB IV PEMBAHASAN

A. Sejarah Perusahaan	27
B. Struktur Organisasi	29
C. Kegiatan Umum Perusahaan	32
D. Pembahasan	33

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	39
B. Saran	40

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. 1 Penjualan Kopi Serbuk Sari Agustus- Desember 201	4
Tabel. 2 Harga Kopi Serbuk Sari	5

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Struktur Organisasi PT. Sari Pratama Gantino	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Format wawancara	1
2. Lampiran dokumentasi	2
3. Jurnal bimbingan	4
4. Riwayat Hidup	6

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran sangat menentukan keberhasilan sebuah perusahaan. Setiap produk yang dihasilkan akan dipasarkan oleh produsen ke konsumen. Pada saat ini produk yang sama dalam waktu yang sama telah banyak diproduksi oleh produsen, hal ini akan menimbulkan persaingan untuk memenangkan pasar bagi produsen. Kotler (2008:5), “Pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan, dimana pemasaran bagi perusahaan juga penyumbang langsung untuk mendapatkan laba atau keuntungan secara langsung”. Untuk bisa bertahan dalam pasar yang peka terhadap perubahan dan penuh persaingan saat ini, maka sebuah perusahaan harus memiliki strategi dalam memasarkan produknya.

Pemasaran merupakan sebuah sistem kegiatan usaha yang didalamnya terdapat proses perencanaan produk atau jasa, penetapan harga, pendistribusian dan promosi. Kegiatan promosi produk atau jasa yang dihasilkan harus dilakukan secara tepat dalam penanganan penjualan produk atau jasa tersebut. Kegiatan promosi merupakan upaya memperkenalkan produk kepada konsumen dengan cara memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Antara promosi dan produk, tidak dapat dipisahkan, hal

ini saling bersangkutan untuk menuju suksesnya pemasaran. Disini harus ada keseimbangan produk, baik sesuai selera konsumen dibarengi dengan teknik promosi yang tepat akan sangat membantu suksesnya usaha marketing.

Menurut Assauri (2010:268), bauran promosi terdiri dari : 1) *Advertensi*, promosi dibiayai oleh sponsor media yang sering digunakan adalah radio, televisi, majalah, surat kabar dan billboard. 2) *Personal selling*, penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli. 3) *Promosi penjualan*, pemasaran selain *personal selling*, advertensi dan publisitas, seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang dilakukan secara teratur. 4) *Publisitas*, usaha untuk merangsang permintaan tentang produk tersebut didalam media tercetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan.

Berdasarkan defenisi diatas disimpulkan bahwa bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi tersebut, maka untuk dapat efektifnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, perlu ditentukan terlebih dahulu peralatan atau unsur promosi apa yang sebaiknya digunakan dan bagaimana pengkombinasian unsur-unsur tersebut, agar hasilnya dapat optimal.

Kopi merupakan salah satu jenis minuman yang sangat dikenal, kopi telah dipandang sebagai kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sehari-hari. Masyarakat telah mengalami masa dimana tidak lagi mengenal batas-batas waktu dalam beraktivitas. Rasa kantuk dapat datang kapan saja

tanpa mengenal waktu dan kopi memiliki khasiat dalam menghilangkan rasa kantuk, maka permintaan terhadap kopi banyak diinginkan pada kalangan masyarakat dan pekerja. PT. Sari Pratama Gantino adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri kopi, yang berada di Nagari Dandung-Dandung Kabupaten 50 Kota Payakumbuh.

Saat ini perusahaan kopi milik Bapak H. Ujang Asmir tersebut memiliki beberapa pesaing dengan perusahaan-perusahaan maju yang produksi kopi mereka berkualitas dan menarik dibanding dengan kopi bubuk Serbuk Sari olahan Bapak H. Ujang Asmir. Dari segi promosi perusahaan Bapak H. Ujang Asmir mempromosikan kopi lewat radio, kopi bubuk serbuk sari dipromosikan melalui radio seperti untuk daerah kabupaten 50 kota menggunakan radio Safasindo 88,1 FM, radio Harau 106,5 FM. Iklan kopi serbuk sari diradio Safasindo FM dan Harau FM diumumkan rata-rata 5 kali disiarkan sehari sesuai permintaan Bapak H.Ujang Asmir. Iklan luar ruangan yang menggunakan sebuah papan merek yang ditempatkan didepan toko yang bertujuan supaya masyarakat lebih mengenal tempat perusahaan beroperasi.

Saat ini penjualan kopi PT. Sari Pratama Gantino telah dilakukan dikabupaten 50 kota, Pekanbaru. Duri, Batam dan juga sejak tahun 1999 kopi telah diekspor ke negara Malaysia. Penjualan kopi ke negara Malaysia dilakukan dengan sistem MOU, sistem MOU adalah sistem kesepakatan antara kedua belah pihak untuk bisa bekerjasama. Bapak H. Ujang Asmir juga sudah memiliki HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) agar merek kopi Serbuk Sari

resmi milik PT. Sari Pratama Gantino, sehingga perusahaan lain tidak bisa meniru merek kopi bubuk Serbuk Sari tersebut.

Lima bulan terakhir ini penjualan kopi bubuk serbuk sari mengalami peningkatan. Tabel dibawah ini adalah penjualan kopi serbuk sari yang meningkat setiap bulannya:

Tabel. 1
Penjualan Kopi Serbuk Sari Agustus- Desember 2012

Bulan	Penjualan	% Pertumbuhan
Agustus	Rp.195.000.000	0.0041 %
September	Rp.195.800.000	0.0040 %
Oktober	Rp.197.500.000	0.0086 %
November	Rp.198.200.000	0.0035 %
Desember	Rp.199.000.000	0.0040 %

Sumber: PT Sari Pratama Gantino

Dari tabel. 1 diatas tampak penjualan kopi bubuk serbuk sari yang meningkat tiap bulannya dimana permintaan terhadap konsumsi kopi terus bertambah maka penjualan kopi dari bulan ke bulan meningkat.

Dari segi harga PT. Sari Pratama Gantino menawarkan dengan berbagai macam harga sesuai dengan keinginan konsumen, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel. 2
Harga Kopi Serbuk Sari

Berat	Harga	Berat	Harga
50 gr	Rp. 2.000	2000 gr	Rp. 53.000
100 gr	Rp. 3.000	3000 gr	Rp. 80.000
250 gr	Rp. 6.000	4000 gr	Rp. 105.000
300 gr	Rp. 7.000	5000 gr	Rp. 130.000
1000 gr	Rp. 27.000		

Harga kopi yang ditawarkan dari tabel diatas sesuai dengan keinginan, Sehingga konsumen dapat dengan mudah membeli sesuai kebutuhannya

Pesaing kopi serbuk sari yaitu Kopi Nan Dihati pemasaran kopi Nan Dihati belumlah sejauh kopi Serbuk Sari. Kopi Nan dihati memasarkan produknya hanya dalam wilayah Kabupaten 50 Kota, tidak sama dengan kopi serbuk sari yang telah sampai ke Malaysia dalam memasarkan produknya. Promosi yang dilakukan Kopi Nan dihati juga melalui radio Safasindo FM dan Harau FM yang menyamai rata-rata iklan diradio 5 kali siaran dalam sehari, dengan kala pemutaran pada waktu siang hari dari rentang pukul 13:00 WIB – 17:00 WIB dengan durasi 2 menit tiap pengiklanan.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis tertarik menganalisis mengenai bauran promosi PT. Sari Pratama Gantino dalam penulisan untuk Tugas Akhir ini yang berjudul, **“Bauran Promosi Kopi Serbuk Sari PT. Sari Pratama Gantino Dangung- Dangung Kabupaten 50 Kota Payakumbuh”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas rumusan masalah yang akan penulis uraikan adalah :

1. Apa bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Sari Pratama Gantino?
2. Apa saja permasalahan yang timbul dalam bauran promosi pada PT. Sari Pratama Gantino?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin penulis capai dalam melakukan penelitian Tugas akhir adalah :

1. Untuk mengetahui bauran promosi yang digunakan oleh PT. Sari Pratama Gantino.
2. Untuk mengetahui masalah yang timbul dalam bauran promosi pada PT. Sari Pratama Gantino

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Manfaat penelitian bagi penulis yaitu sebagai media untuk memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran, khususnya pada promosi. Serta untuk memperoleh gelar ahli madya

2. Bagi perusahaan

Manfaat Penelitian ini bagi perusahaan bisa dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dalam pelaksanaan bauran promosi.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan guna mengembangkan dan menjadi referensi serta informasi untuk penelitian lebih lanjut.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah di uraikan di Bab IV, penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Bauran promosi yang digunakan oleh PT. Sari Pratama Gantino adalah:

a. Periklanan (*Advertising*)

PT. Sari Pratama Gantino dalam memasarkan kopi kepada masyarakat melalui radio tempat kopi dipasarkan, seperti radio Safasindo FM, radio Harau FM, dan untuk di daerah riau, dumai, pekan baru menggunakan radio yang ada didaerah tersebut. Iklan diradio diumumkan rata-rata 5 kali sehari. Dan iklan luar ruangan, PT. Sari Pratama Gantino menggunakan sebuah papan merek yang ditempatkan didepan toko yang bertujuan supaya masyarakat bisa lebih mengenal tempat perusahaan beroperasi.

b. Promosi Penjualan

PT. Sari Pratama Gantino memberikan potongan penjualan (*discount*) hingga 10 % agar masyarakat atau pelanggan terus membeli kopi dalam jumlah banyak.

c. **Publisitas**

PT. Sari Pratama Gantino dipublikasikan melalui surat kabar singgalang. Didalam surat kabar diceritakan kesuksesan Bapak Ujang dalam melaksanakan usaha.

d. *Personal selling*

Personal selling merupakan persentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan dan membangun hubungan pelanggan. Produk PT. Sari Pratama Gantino adalah kopi, dimana tidak perlu menggunakan peragaan dalam mempromosikannya.

e. **Pemasaran langsung (direct marketing)**

PT. Sari Pratama Gantino membangun hubungan langsung kepada pelanggan yang ada di Pekanbaru, Duri, Batam dan diluar negeri yaitu Malaysia.

2. **Permasalahan yang timbul dari bauran promosi yang digunakan PT. Sari Pratama Gantino adalah:**

- a. Periklanan masih terbatas, khususnya pada iklan radio yang hanya difokuskan di kabupaten 50 kota saja.
- b. Tidak ada nya pemberian bonus pada promosi penjualan, PT. Sari Pratama Gantino hanya memberikan diskon kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak.
- c. Kurangnya keinginan karyawan dalam mempromosikan kopi bubuk serbuk sari ke masyarakat.

B. SARAN

Dari penjelasan diatas, maka penulis memberikan masukan dan saran pada PT. Sari Pratama Gantino :

- a. PT. Sari Pratama Gantino hendaklah lebih meningkatkan kegiatan promosi kedaerah-daerah yang belum dikenal, sehingga kopi serbuk sari lebih dikenal oleh masyarakat dan penjualan kopi lebih meningkat.
- b. Sebaiknya iklan lewat radio diperluas agar masyarakat diluar kabupaten 50 Kota dapat mengetahui.
- c. Pada promosi penjualan hendaknya PT. Sari Pratama Gantino tidak memberikan diskon saja kepada pelanggan, tetapi juga bonus kepada pembeli dalam jumlah banyak.
- d. Hendaknya karyawan meningkatkan *Personal selling* dari mulut ke mulut kepada pelanggan untuk meyakinkan produk kopi serbuk sari enak dan halal untuk dikonsumsi.
- e. Hubungan perusahaan dengan masyarakat lebih ditingkatkan lagi seperti selalu meminta saran dan masukan dari masyarakat tentang kopi yang diproduksi selama ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*. Ricik Bumi :
CV Alfabeta
- Assauri, sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT raja Grafindo Persada
- Boyd, Harper W, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Fakultas Ekonomi UNP. 2012. “ *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Program
Diploma III*’ . Padang
- Kotler, dkk. 2000. *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT INDEKS kelompok
gramedia
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2006. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta :
Erlangga
- _____. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta :
Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.