

Pengaruh Differensiasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mukena Bordir Khas Bukittinggi

Susanti Putri Utami¹, Thamrin²

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang
Susanti.darmanto@gmail.com¹, thamfeunp@gmail.com²

Abstract : *The purpose of this study was to determine the effect of product differentiation and product quality on purchasing decisions for the typical Bukittinggi embroidery mukena among the people of Bukittinggi City. This research is a causative research. The population in this study were the native people of the City of Bukittinggi. The number of research samples was 100 people and were selected using purposive sampling technique. The data used are primary data obtained through distributing questionnaires to the native people of Bukittinggi with predetermined criteria. The analytical method used is multiple regression analysis using SPSS 22. The results showed that (1) product differentiation and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) product differentiation has a positive and significant effect on purchasing decisions (3) product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions.*

Keywords: *product differentiation, product quality and purchasing decision*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2018 by author.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan perilaku pasar yang sangat dinamis dari masa ke masa memandang patut jika sebuah perusahaan dan industri penyedia produk atau jasa untuk meningkatkan pelayanan dan profesionalisme dalam beraneka macam bidang, tidak hanya itu produk atau jasa yang diproduksi pun mesti memiliki taksiran nilai ekstra dimata konsumen baik itu dari perspektif kualitas maupun inovasi-inovasi dan terobosan yang dilakukan. Strategi differensiasi produk bisa dilakukan dengan berani mempertaruhkan kualitas yang berlainan atau paling sedikit konsumen merasakan dan menyadari perbedaan yang kontras dari produk pesaing lainnya (Tarida, 2012). Demikian pula yang dilakukan oleh produsen mukena bordir khas Bukittinggi. Dimana produsen senantiasa memperhatikan dan menjaga kualitas dari mukena bordir khas Bukittinggi, dimana proses produksinya masih dilakukan dengan cara yang mengandalkan tenaga manusia untuk mengayun pedal mesin jahit.

Mukena bordir khas Bukittinggi merupakan produk asli daerah Bukittinggi. Mukena bordir khas Bukittinggi merupakan mukena yang dijahit dan ditempah menggunakan mesin khusus yang digerakkan menggunakan ayunan kaki. Cara produksi yang demikianlah yang membuat mukena bordir khas Bukittinggi ini cukup berbeda dengan mukena produksi daerah lainnya.. Proses produksi bisa memakan waktu sekitar 1 bulan atau lebih dikarenakan proses membordirnya masih menggunakan cara yang manual dan juga proses pembuatannya bisa

dikatakan cukup rumit dimana harus dilakukan oleh penjahit yang sudah berpengalaman. Kualitas mukena ditentukan oleh kualitas bordirnya. Harga yang ditetapkan untuk satu mukena berkisar antara Rp. 250.000,00 sampai Rp. 2.500.000,00 tergantung bahan dan jenis bordir yang terdapat dalam mukena tersebut.

Heterogenitas dari klasifikasi produk atau jenis modifikasi yang baru dibentuk oleh produsen untuk memenuhi keinginan dan permintaan pasar atau konsumen, diantara tingginya kompetisi dengan produsen yang menawarkan produk yang serupa (Tarida, 2012). Produsen mukena bordir khas Bukittinggi senantiasa mencari jalan demi melakukan inovasi-inovasi dari masa ke masa guna memenuhi permintaan pasar agar mukena bordir khas Bukittinggi tetap eksis di pasaran. Mula - mulanya mukena bordir khas Bukittinggi hanya berbahan dasar kain berwarna putih dengan benang bordir juga berwarna putih kemudian sekitar tahun 2010 produsen mencetuskan sebuah ide untuk melakukan inovasi dengan menggunakan benang bordir yang berwarna dan kemudian berlanjut menggunakan bahan dasar kain berwarna dan memadukannya dengan benang berwarna yang senada yang terdapat dalam mukena tersebut.

Untuk melihat gambaran tentang pengaruh differensiasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Tilatang Kamang dapat dilihat dari hasil survey pendahuluan awal yang dilakukan kepada 30 responden di Kota Bukittinggi.

Tabel. 1. Hasil Observasi Awal Terhadap 30 Responden

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		Σ	%	Σ	%
1.	Saya mengetahui produk mukena bordir khas Bukittinggi	19	63,33%	11	36,67%
2.	Saya berkeinginan untuk membeli mukena bordir khas Bukittinggi	7	23,33%	23	76,67%
3.	Mukena bordir khas Bukittinggi memiliki rancangan yang menarik	18	60%	12	40%
4.	Mukena bordir khas Bukittinggi memiliki keunikan	20	66,67%	10	33,33%
5.	Mukena bordir khas Bukittinggi memiliki daya tahan yang cukup lama	17	56,67%	13	43,33%
6.	Mukena bordir khas Bukittinggi sesuai dengan kebutuhan keinginan dan selera konsumen	18	60%	12	40%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2020

Berdasarkan Tabel.1 hasil observasi awal terhadap 30 responden, pernyataan pertama terdapat sekitar 63,33% atau sebanyak 19 orang dari 30 orang responden menjawab mengetahui produk mukena bordir khas Bukittinggi. Pernyataan kedua terdapat sekitar 23,33% atau sebanyak 7 orang dari 30 responden menjawab ingin membeli produk mukena bordir khas Bukittinggi dan terdapat sekitar 76,67% atau 23 orang dari 30 orang responden menjawab tidak berkeinginan untuk membeli mukena bordir khas Tilatang Kamang. Untuk pernyataan yang ketiga terdapat sekitar 60% atau sebanyak 18 orang dari 30 orang responden menjawab mukena bordir khas Bukittinggi memiliki rancangan yang menarik. Pernyataan keempat terdapat sekitar 66,67% atau sebanyak 20 orang dari 30 orang responden menjawab bahwa mukena bordir khas Bukittinggi memiliki keunikan. Untuk pernyataan kelima terdapat sekitar

56,67% atau sebanyak 17 orang dari 30 orang responden menjawab mukena bordir khas Bukittinggi memiliki daya tahan yang cukup lama. Untuk pernyataan terakhir terdapat sekitar 60% atau 18 orang dari 30 orang responden menjawab bahwa mukena bordir khas Bukittinggi sesuai dengan kebutuhan keinginan serta selera konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilaksanakan merupakan penelitian kausatif . Penelitian kausatif adalah penelitian yang memberikan penjelasan dan gambaran tentang hubungan sebab akibat antara satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu pengaruh diferensiasi produk dan kualitas produk (variabel bebas) terhadap keputusan pembelian (variabel terikat) mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi. Penelitian ini dilakukan di Kota Bukittinggi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2020. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Padang.

Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria responden yang dapat dijadikan sampel adalah : (1) Masyarakat asli Kota Bukittinggi. Besarnya sampel ditentukan dengan rumus *Cochran* yaitu sebanyak 100 responden. Data yang digunakan penelitian ini adalah data primer berupa jawaban kuesioner responden dari pernyataan yang telah dibuat. Kemudian teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Data yang didapat dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik regresi berganda dengan menggunakan uni persyaratan asumsi klasik, uji F dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sasaran dari penelitian ini gunanya untuk melihat pengaruh differensiasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi. Sebelum melakukan uji hipotesis, maka dilakukan uji asumsi klasik sebagai syarat utama dalam melakukan pengujian hipotesis koefisien regresi secara parsial maupun menyeluruh terhadap persamaan regresi. uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedasitas. Setelah itu dilakukan uji analisis regresi berganda dan uji hipotesis, terdiri dari uji F dan uji t.

Table.2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.18936594
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.038
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Pengolahan Data Statistik SPSS (2020)*

Uji normalitas dilakukan menggunakan teknik *one sample of kolmogrov-smirnov test* dan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0.200 > 0.05$, hal ini berarti bahwa semua variabel datanya berdistribusi normal.

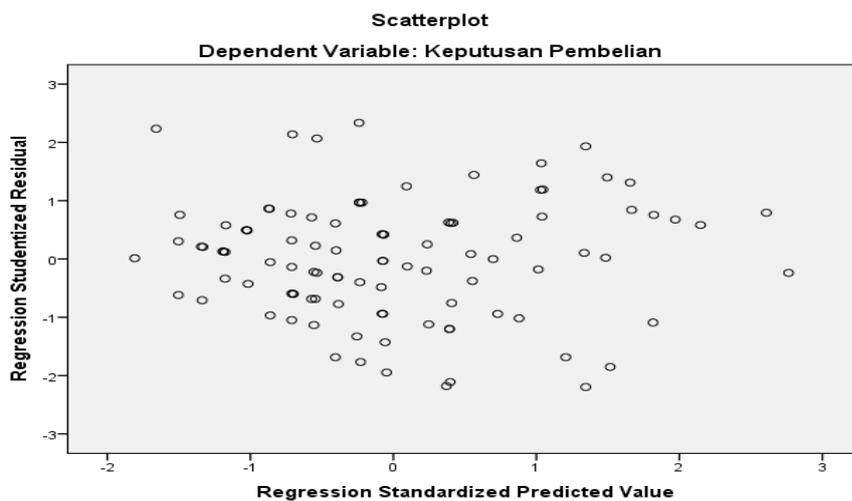
Table.3 Hasil Uji Multikolinearitas

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
Model			
1	(Constant)		
	Differensiasi Produk	.773	1.294
	Kualitas Produk	.773	1.294

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengolahan Data Statistik SPSS (2020)

Berdasarkan uji multikolinearitas yang dilakukan maka diketahui nilai VIF nya kecil dari 10,00. Dimana nilai VIF untuk differensiasi produk dan kualitas produk adalah $1.294 < 10,00$. dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas diantara sesama variabel bebas



Gambar. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Pengolahan Data Statistik SPSS (2020)

Terlihat bahwa penyebaran residual dalam penelitian ini tidak teratur dan tersebar secara meluas, pada plot dapat dilihat dimana plot terpecah dan tidak membentuk pola tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala homokedastisitas atau persamaan regresi memenuhi asumsi heterokedastisitas

Table.4 Hasil Uji Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.336	2.755		1.211	.229
	Differensiasi Produk	.188	.068	.277	2.743	.007
	Kualitas Produk	.194	.069	.286	2.825	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengolahan Data Statistik SPSS (2020)

Persamaan regresinya yang dapat dibuat dari hasil penelitian :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 3.336 + 0.188 X1 + 0.194 X2 + e$$

Dapat dilihat dari persamaan diatas bahwa nilai koefisien variabel differensiasi produk (X1) sebesar 0.188 dengan arah positif. Artinya terjadi pengaruh yang positif antara differensiasi produk terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi. Apabila terjadi peningkatan pada variabel differensiasi produk (X1) sedangkan faktor lain konstan maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0.188 setiap 1 variabel. Nilai koefisien variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0.194 dengan arah positif. Artinya terjadi pengaruh yang positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi. Apabila terjadi peningkatan pada variabel kualitas produk (X2) sedangkan faktor lain konstan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.194 untuk setiap 1 variabel. Berikut tabel *coefficients* uji analisis regresi berganda.

Table.5 Hasil Uji Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.336	2.755		1.211	.229
	Differensiasi Produk	.188	.068	.277	2.743	.007
	Kualitas Produk	.194	.069	.286	2.825	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengolahan Data Statistik SPSS (2020)

Hasil analisis uji t dapat dilihat dari tabel 6, untuk variabel promosi penjualan diperoleh nilai signifikan $0,007 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa differensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi

Tabel. 6 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	144.901	2	72.451	14.810	.000 ^b
	Residual	474.539	97	4.892		
	Total	619.440	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Differensiasi Produk

Sumber: Pengolahan Data Statistik SPSS (2020)

Dapat dilihat dari tabel hasil analisis uji F diatas, dapat dilihat bahwa hasil uji F_{hitung} 72,451 dengan tingkat signifikansinya $0.000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif secara bersama-sama antara variabel differensiasi produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi.

Tabel. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi(R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.484 ^a	.234	.218	2.212	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Differensiasi Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengolahan Data Statistik SPSS (2020)

Dapat dilihat dari tabel hasil analisis uji koefisien diatas, nilai r square sebesar 0,234. Artinya kontribusi antara differensiasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi adalah sebesar 23.4%. dan sisanya sebesar 76.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh differensiasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi

Pengaruh differensiasi produk dan kualitas produk berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, bahwa differensiasi produk dan kualitas pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi. Hal ini berarti semakin meningkat differensiasi produk dan semakin tinggi kualitas produk akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, di dukung dengan analisis regresi berganda yang telah dilakukan yaitu terdapat 0,234 atau 23.4%.

Hal ini dapat dikatakan bahwa ke dua variable tersebut mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler (2014) ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian diantaranya, keinginan mencoba produk yang bervariasi dan berbeda, keinginan dan kebutuhan akan suatu produk yang unggul. Yang dimaksud unggul disini juga termasuk kualitas produk yang baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian tentang analisa pengaruh strategi differensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga oleh Ian dan Sugiono terhadap keputusan pembelian di Cincau Station Surabaya, Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi differensiasi dan kualitas produk memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh differensiasi produk terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di Kalangan masyarakat Kota Bukittinggi

Dari hasil analisis data penelitian, ditemukan bahwasanya variabel differensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$ dan t hitung positif sebesar 2,743. Artinya ini menunjukkan bahwa differensiasi produk mempengaruhi keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi. Differensiasi produk dalam hal ini memiliki pengaruh keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan strategi differensiasi produk yang dilakukan oleh produsen mukena bordir khas Bukittinggi disukai dan diterima baik oleh masyarakat Kota Bukittinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian tentang analisa pengaruh strategi differensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga oleh Ian dan Sugiono terhadap keputusan pembelian di Cincau Station Surabaya, Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa strategi differensiasi dan kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukitinggi

Dari hasil analisis data penelitian, ditemukan bahwasanya variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$ dan t hitung positif sebesar 2.825. Artinya ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi. .Kondisi ini menunjukkan ketika produsen meningkatkan kualitas produk maka keputusan pembelian konsumen terhadap mukena bordir khas Bukittinggi juga meningkat .

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu oleh Rachman dan Rizan tentang pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di wilayah Jakarta Timur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

Dilihat dari hasil analisis data dan kajian terhadap hasil penelitian yang dilaksanakan dengan analisis berganda antara variabel-variabel bebas dan terikat terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Differensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi. Artinya jika differensiasi produk lebih ditingkatkan

pelaksanaannya maka keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi akan meningkat pula pada masyarakat Kota Bukittinggi. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi. Artinya jika kualitas produk lebih ditingkatkan maka keputusan pembelian mukena bordir khas Bukittinggi akan meningkat pula di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi.

Dari hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran bagi produsen mukena bordir khas Bukittinggi diharapkan dapat meningkatkan dan selalu melakukan pengembangan-pengembangan terhadap produk mukena bordir. Produsen dapat memilih dan menggunakan bahan baku yang memiliki kualitas lebih baik lagi. Selain itu produsen juga dapat memberikan variasi yang lebih unik dan berbeda untuk mukena bordir khas Bukittinggi. Hal tersebut bertujuan agar konsumen tidak bosan dan tidak ragu mengambil keputusan untuk membeli mukena bordir khas Bukittinggi di kalangan masyarakat Kota Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Crespi, J., & Marette, S. (2002). Generic advertising and product differentiation. *American Journal of Agricultural Economics*, 84(3), 691-701.
- Desai, P., Kekre, S., Radhakrishnan, S., & Srinivasan, K. (2001). Product differentiation and commonality in design: Balancing revenue and cost drivers. *Management Science*, 47(1), 37-51.
- Elan, U., & Edditio, E. (2012). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Wtc Surabaya. *Gema Ekonomi*
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen,*
- Gotomo, E., & Wahyudi, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Pochette. *PERFORMA*, 2(2), 219-227.
- Kotler, Philip dan Gary. Amstrong. (2008). Prinsip Prinsip Pemasaran. Jilid satu dan dua Edisi tiga belas. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip dan Kevine Lare Keller. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi ke Tiga Belas Jilid 2 Alih Bahasa Bob Sabran . Jakarta : Erlangga.
- Nindyawati, V. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 2(4).
- Ong, I. A. (2013). Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincao Station Grand City, Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-11.
- Pandensolang, J. D., & Tawas, H. N. (2015). Pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).

- Saidani, B., Rachman, M. A., & Rizan, M. (2013). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di wilayah Jakarta Timur. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(2), 201-217.
- Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Susanti, D., Wibowo, S. B., & Murwani, J. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Kulit Pada Industri Kerajinan Kulit "Figha" Magetan. *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*,
- Syarif, S., & Mundir, F. (2008). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Flashdisk Kingston (Survei pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan 2003 sampai dengan Angkatan 2007). *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset