

PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JG MOTOR YAMAHA CAB. ASIA AFRIKA BANDUNG

Muhammad Iffan¹
Lia Yulianti

[*m.iffan@email.unikom.ac.id*](mailto:m.iffan@email.unikom.ac.id)

Universitas Komputer Indonesia

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG**

ABSTRAK

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Sedangkan keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui : (1) tanggapan responden tentang lokasi JG Motor cab. Asia Afrika, (2) tingkat keputusan pembelian konsumen pada JG Motor Cab. Asia Afrika, (3) pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada JG Motor Cab. Asia Afrika.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey method dan explanatory research. Sifat penelitian deskriptif dan verifikatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 responden, diambil dengan teknik stratified random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan kuesioner. Pengolahan data menggunakan program Excel dan SPSS 15 For Windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 43,7%, sedangkan 56,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam uji hipotesis diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t table, dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Lokasi dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan tu banak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, pasar swalayan dan lain-lain. Hal ini menimbulkan persaingan di antara perusahaan-perusahaan tersebut. Agar suatu perusahaan dapat terus dan memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan di bidang pemasaran.

JG Motor Yamaha merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif khususnya sepeda motor yang menyediakan berbagai varian baik type maupun dari segi harga. Untuk segi type, Yamaha menawarkan beberapa jenis type mulai dari type *Matic*, *Bebek*, *Bebek Sport*, dan type *Sport*. Sedangkan untuk segi harga Yamaha menawarkan harga produknya mulai dari 9 jutaan sampai 20 jutaan.

JG Motor Yamaha adalah salah satu dealer penjualan sepeda motor Yamaha yang berpengaruh pada volume penjualan produk sepeda motor Yamaha. Namun JG Motor Yamaha yang berada di kawasan Asia Afrika pada kenyataannya mengalami penurunan volume penjualan setelah lokasinya berpindah. Berdasarkan data yang diperoleh 12 bulan terakhir, JG Motor Yamaha cab Asia Afrika mengalami penurunan volume penjualan pada januari, februari, dan maret 2009 yang signifikan dengan data sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor
Pada JG Motor Yamaha Cab. Asia Afrika April 2008 s/d Maret 2009

Bulan	Total Penjualan
April 2008	168
Mei 2008	185
Juni 2008	187
Juli 2008	172
Agustus 2008	157
September 2008	160
Oktober 2008	125
November 2008	129
Desember 2008	117
Januari 2009	106
Februari 2009	87
Maret 2009	69

Sumber : JG Motor amaha Asia Afrika diolah

Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi dasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut. Pilih lokasi yang dekat dengan pasar, sekolah atau universitas, perumahan, perkantoran dan yang jelas lokasi calon bengkel jangan terlalu masuk kedalam/jauh dari jalan besar, paling tidak ada jalur angkutan umum yang rutin lewat sekitar lokasi. Pilih lokasi yang belum ada bengkel sejenis berdiri disitu, kecuali jika anda cukup PD untuk “bertarung” dengan mereka maka berdiri dimana saja tidak ada masalah. (Purwaning Baskoro, 2009)

Pada survey awal yang dilakukan atas salah satu point pertanyaan terhadap 20 orang responden adalah sebagai berikut :

- **Adanya dealer kompetitor di didaerah tersebut dapat mempengaruhi anda untuk memilih dealer JG Motor**

Tabel 1.2
Jawaban Survey Awal Terhadap 20 Responden

Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	1	5
Setuju	11	55
Kurang Setuju	6	30
Tidak Setuju	2	10
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	20	100

Hal tersebut menggambarkan bahwa mayoritas responden (55%) berpendapat bahwa adanya dealer kompetitor di daerah tersebut mempengaruhi untuk memilih dealer JG Motor, dan akhirnya lebih memilih dealer kompetitor. Hal tersebut juga di perkuat oleh Data yang dikeluarkan oleh Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia yang menunjukkan penjualan sepeda motor selama Januari tetap dikuasai Honda dengan 179.900 unit atau naik 3.2 persen dibanding penjualan Desember 2008. Posisi kedua ditempati Yamaha dengan penjualan sekitar 167.000 unit (turun 16,5%), dan ketiga Suzuki dengan penjualan sekitar 22.300 unit (turun 27,8%). (Ronald, 2009)

Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis diatas. maka masalah yang diidentifikasi oleh penulis adalah adanya suatu kesenjangan dalam keputusan pembelian yang cenderung menurun setelah JG Motor berpindah lokasi penjualannya.

Berdasarkan uraian pada latar belakang. maka penulis mencoba untuk mengidentifikasi masalah yang akan dibahas, sebagai berikut :

- a. Bagaimana tanggapan responden tentang lokasi pada JG Motor mb. Asia Afrika.
- b. Bagaimana tingkat keputusan pembelian konsumen pada JG Motor mb. Asia Afrika.
- c. Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada JG Motor cab. Asia Afrika.

Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penulis mengadakan penelitian ini adalah untuk menari data dan informasi yang diperlukan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Jayamandiri Gemasejati sehingga data-data. infomasi. dan gambaran dapat memberikan hasil yang diharapkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui Bagaimana tanggapan responden tentang lokasi pada JG Motor cab.Asia Afrika.
- b. Untuk mengetahui Bagaimana tingkat keputusan pembelian konsumen pada JG Motor cab. Asia Afrika.
- c. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada JG Motor cab. Asia Afrika.

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kajian Pustaka

Lokasi

Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut. Pilih lokasi yang dekat dengan pasar, sekolah atau universitas, perumahan, perkantoran dan yang jelas lokasi calon bengkel jangan terlalu masuk kedalam/jauh dari jalan besar, paling tidak ada jalur angkutan umum yang rutin lewat sekitar lokasi. Pilih lokasi yang belum ada bengkel sejenis berdiri disitu, kecuali jika anda cukup PD untuk "bertarung" dengan mereka maka berdiri dimana saja tidak ada masalah. (Purwaning Baskoro, 2009)

Menurut (Sriyadi,1991:60)

" Lokasi lebih tegas berarti tempat secara fisik."

Menurut (Basu Swasta dan Irawan,2003:339)

" Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba " .

Tempat kedudukan perusahaan adalah letak geografis bangunan, mesin-mesin, dan peralatan-peralatan yang dimiliki perusahaan yang digunakan untuk mengolah berbagai jenis sumber daya dalam menghasilkan barang-barang dan/atau jasa-jasa (Pontas M. Pardede.2005:105).

Kerangka Pemikiran

Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi lebih tegas berarti tempat secara fisik (Sriyadi,1991:60). Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Basu Swasta dan Irawan,2003:339). Sedangkan menurut Rambat Lupiyoadi (2001:61-62) mendefinisikan lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bemarkas melakukan operasi.

Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi meliputi faktor-faktor:

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum;
- b. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan;
- c. Tempat parkir yang luas dan aman;

Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut. Pilih lokasi yang dekat dengan pasar, sekolah atau universitas, perumahan, perkantoran dan yang jelas lokasi calon bengkel jangan terlalu masuk kedalam/jauh dari jalan besar, paling tidak ada jalur angkutan umum yang rutin lewat sekitar lokasi. Pilih lokasi yang belum ada bengkel sejenis berdiri disitu. kecuali jika anda cukup PD untuk "bertarung" dengan mereka maka berdiri dimana saja tidak ada masalah. (Purwaning Baskoro, 2009)

Hipotesis

Hipotesis menurut Husein Umar (2002:262) adalah “Pernyataan sementara yang perlu dibuktikan benar atau tidak” setiap riset terhadap suatu objek harus dibawah tuntunan suatu hipotesis yang berfungsi sebagai pegangan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

" Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada JG Motor“.

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sumber topik untuk penulisan dalam menyusun suatu laporan. Penelitian ini mengenai penganalisaan pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada JG Motor Yamaha Cab. Asia Afrika

Ada pun yang menjadi objek penelitian sebagai variable bebas (Independent Variable) adalah lokasi. Lokasi yaitu tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi (Rambat Lupiyoadi. 2001:61-62). Lokasi terdiri dari tiga buah sub variable yaitu : Akses, Visibilitas, Tempat parkir.

Sedangkan yang menjadi objek penelitian sebagai variable tidak bebas (Dependent Variable) adalah keputusan pembelian, yaitu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan. pencarian informasi. penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian. keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Philip Kotler. 2000:251-252). Dalam melakukan proses pengambilan keputusan konsumen melalui beberapa tahapan sebagai berikut: Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi berbagai alternatif merek, Pilihan atas merek produk untuk dibeli. Evaluasi Paska pembelian.

Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu metode yang dilakukan untuk meneliti dan menyelesaikan suatu masalah yang terjadi. untuk menyusun skripsi ini penulis membutuhkan data dan informasi yang sesuai dengan sifat dan permasalahannya, agar data yang diperoleh cukup lengkap untuk membahas permasalahan yang ada.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei, yaitu penelitian yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. Metode survei membedah dan menguliti serta mengenal masalah-masalah serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktik-praktik yang sedang berlangsung (Nazir,2003;56).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Lokasi JG Motor Yamaha Cab. Asia Afrika

Untuk mengetahui gambaran responden JG Motor Yamaha cab. Asia Afrika mengenai Lokasi. ada tiga hal yang menjadi indikator yaitu Akses, Visibilitas, dan Tempat Parkir. Dalam mempermudah perhitungan, penganalisaan dilakukan menggunakan SPSS 10.0 for windows

yang didasarkan dari hasil jawaban responden terhadap kuisisioner yang telah di berikan dengan penilaian sebagai berikut :

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Kurang Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

Berikut ini hasil jawaban dari responden untuk variabel X (Lokasi)

Tabel 4.1
Hasil Jawaban Responden untuk Variabel X

Indikator	Nilai Skor	Persentase	Kriteria
Akses	350	73%	Baik
Vasibilitas	357	75%	Baik
Tempat Parkir	342	72%	Baik
TOTAL	1742	73%	Baik

Gambaran Keputusan Pembelian JG Motor Yamaha cab. Asia Afrika

Untuk mengetahui gambaran responden JG Motor Yamaha cab. Asia Afrika mengenai keputusan pembelian. Dalam mempermudah perhitungan, penganalisaan dilakukan menggunakan *SPSS 10.0 for windows* yang didasarkan dari hasil jawaban responden terhadap kuisisioner yang telah di berikan dengan penilaian sebagai berikut :

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Kurang Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

Berikut ini hasil jawaban dari responden untuk variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 4.7
Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Y

Indikator	Nilai Skor	Persentase	Kriteria
Pengenalan Kebutuhan	331	69%	Baik
Pencarian Informasi	341	71%	Baik
Pemilihan Produk	331	69%	Baik
Memutuskan Pembelian	329	69%	Baik
Perilaku Setelah Pembelian	350	73%	Baik
TOTAL	4750	70%	Baik

Hasil Uji Analisis (Kuantitatif)

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada JG Motor Yamaha cab. Asia Afrika Bandung

Dalam menganalisa sejauh mana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian, maka penulis melakukan pengujian kualitas data (validitas dan reliabilitas) yang dilanjutkan dengan menggunakan korelasi Rank Spearman, koefisien determinasi (Kd) dan uji signifikansi t.

Adapun cara dalam memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menyebarkan kuesioner kepada 95 responden yang diambil dari populasi yang ada pada JG Motor Yamaha cabang Asia Afrika, setelah itu data yang diperoleh dikumpulkan, dicatat, dan diolah untuk proses yang lebih lanjut.

Proses analisis data untuk uji validitas, reliabilitas, korelasi menggunakan program SPSS 15.0 for windows.

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas data maka selanjutnya akan mengukur seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian, dengan menggunakan analisis korelasi Rank Spearman dengan cara mengkorelasi skor total dari variabel X dengan skor total dari variabel Y dari 95 responden.

1. Analisis Korelasi Rank Spearman

Perhitungan korelasi menggunakan korelasi Rank Spearman digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk ordinal, untuk mencari besarnya korelasi antara variabel bebas (lokasi) dengan variabel terikat (keputusan pembelian) dapat digunakan rumus analisis korelasi non-parametrik, yaitu korelasi rank spearman.

Hasil dari pengolahan data statistik non parametrik dengan mempergunakan rumus rank spearman dapat dilihat dalam output SPSS 15.0 berikut ini :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum dl^2}{n(n^2 - 1)}$$

$$r_s = 1 - \frac{6(47877)}{95(95^2 - 1)}$$

$$r_s = 0,664914613$$

Tabel 4.18
Hasil Uji Korelasi Rank Spearman Correlations

		X	Y
Spearman's rho	X	1.000	.66(**)
	Correlation Coefficient		.000
(2-tailed)	Sig.	.	.000
	N	95	95
Correlation Coefficient	Y	.661(**)	1.000
		.000	-
(2-tailed)	Sig.	.000	.000
	N	95	95

N		
---	--	--

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

2. Koefisien Determinasi

Dari hasil perhitungan diperoleh koefisien determinasi (Kd) sebesar 43,7%. Angka tersebut berarti besarnya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian sebesar 43,7%. Sedangkan sisanya yaitu 56,3%, dipengaruhi oleh faktor lain, seperti produk, harga dan promosi.

3. Uji Hipotesis

Dibawah ini adalah perhitungan uji signifikansi

$$t = r \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0.661 \sqrt{(95 - 2)}}{\sqrt{1 - 0.661^2}}$$

$$t = 11,32$$

Uraian pengujian hipotesis sebagai berikut :

$$R_s = 0.661$$

$$\alpha = 0.05$$

$$n = 95$$

$$\text{Derajat Kebebasan (dk) = } n-2$$

$$= 95 - 2 = 93$$

Karena dk = 93 terletak antara 60 – 120 dilihat dari hasil t tabel, maka untuk mendapatkan nilai t tabel harus dilakukan interpolasi dengan rumus sebagai berikut :

$$T_{93} = t_{60} - \frac{dk - 60}{120-60} (t_{60} - t_{120})$$

$$T_{93} = 2000 - \frac{78 - 60}{120 - 60} (2,000 - 1,980)$$

$$T_{93} = 2,000 - 0,3 (0.002)$$

$$T_{93} = 2,000 - 0,0006$$

$$T_{93} = 1,9994 \text{ dibulatkan menjadi } 1,999$$

$$t \text{ hitung} > t \text{ tabel} = 11,32 > 1,999$$

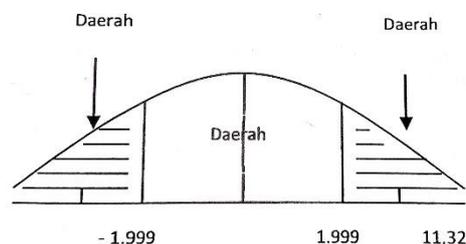
Kriteria :

Bila t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima

Bila t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak

T hitung (11,32) $>$ t tabel (1,999) maka H_0 ditolak H_1 diterima.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Gambar 4.2
Kurva Hipotesis Daerah Penerimaan dan Penolakan

Pada $dk = 93$ nilai t tabel ($\alpha = 0,05$) dari hasil interpolasi 1.296, sedangkan nilai t hitung 11,32. Maka t hitung $>$ t tabel itu dengan nilai $6,87 > 1,296$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa “terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada JG Motor cab.Asia Afrika Bandung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut :

1. Lokasi pada dealer JG Motor Yamaha cab. Asia Afrika yang diambil dari melalui tiga indikator yaitu Akses, Visibilitas dan Tempat parkir. Berdasarkan tanggapan responden dan hasil kuesioner, maka lokasi dealer JG Motor termasuk dalam kriteria Baik dengan nilai skor 1742 atau 73 %.
2. Keputusan pembelian pada dealer JG Motor Yamaha cab. Asia Afrika Bandung yang diambil berdasarkan tanggapan responden dari hasil kuesioner dengan indikator Pengenalan kebutuhan, Pencarian informasi, Pemilihan produk, Keputusan pembelian dan Perilaku setelah pembelian, maka keputusan pembelian JG Motor termasuk dalam kriteria Baik dengan nilai skor 4750 atau 70 %.
3. Berdasarkan hasil analisis kuesioner yang diambil berdasarkan tanggapan responden. diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar $r = 0.661$ yang berarti lokasi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain semakin baik lokasi maka tingkat keputusan pembelian akan semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan keseluruhan uraian pada bab sebelumnya maka penulis mencoba memberikan saran atau solusi guna memecahkan masalah pelaksanaan lokasi terhadap keputusan pembelian pada dealer JG Motor Yamaha cab. Asia Afrika Bandung. Adapun saran dan solusi dari penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

1. lokasi yang sudah baik hendaknya di pertahankan agar keputusan pembelian semakin meningkat. perusahaan harus lebih memperhatikan akses, visibilitas dan tempat parkir karena apabila konsumen tidak merasa puas dengan hal itu dapat merugikan perusahaan. Terutama untuk indikator tempat parkir agar lebih di tingkatkan lagi, karena indikator tempat parkir mempunyai nilai skor paling rendah di antara indikator yang lainnya dengan nilai skor 329 atau 69%.
2. Melihat dari hasil pembahasan tentang keputusan pembelian pada dealer JG Motor Yamaha cab. Asia Afrika Bandung berdasarkan indikator pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan produk. keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian yang termasuk kedalam kriteria baik, agar lebih memperhatikan kembali indikator pengambilan keputusan karena mempunyai nilai skor paling rendah di antara indikator yang lainnya, yaitu sebesar 329 atau 69%.
3. Pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian dalam upaya meningkatkan penjualan yang terjadi di perusahaan hendaknya lebih memperhatikan penetapan lokasi selain itu juga perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor lain selain lokasi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, Sofian. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Kotler. Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler. Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi, dan pengendalian Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo
- Pardede, Pontas M. 2005. *Manajemen Operasi dan Produksi : Teori, Model, Dan Kebijakan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sriyadi. 1991. *Bisnis Pengantar Ilmu Perusahaan Modern*. Semarang: IKIP Press
- Sugiyono. 2004, *Metode Penelitian Administrasi*, CV Alfabeta, Bandung.
- Swasta, Basu dan irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Swasta, Basu dan T Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein, 2002, *Metodologi Penelitian*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Umi narimawati, 2007, *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Agung Media, Jakarta
- Ronald, 2009, *Honda Salip Yamaha, Soal Penjualan*, www.Tempointeraktif.com
- Purwaning Baskoro, 2009, *Usaha Buka Bengkel*, www.suzuki-thunder.net

