

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN  
DI EXCELSO CAFÉ PALEMBANG INDAH MAL**



**Skripsi Oleh:**

**MARSELA OKTAVIANTY  
NIM 01053001137**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA  
Tahun 2009**

658.834 9  
Obt  
E-000059  
2009

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN  
DI EXCELSO CAFÉ PALEMBANG INDAH MAL**



R. 19064  
19508

**Skripsi Oleh:**

**MARSELA OKTAVIANTY  
NIM 01053001137**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA  
Tahun 2009**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

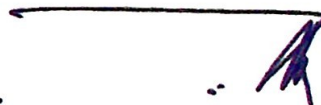
**NAMA : MARSELA OKTAVIANTY  
NIM : 01053110037  
JURUSAN : MANAJEMEN  
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN  
DI EXCELSCO CAFE PALEMBANG INDAH MAL**

**PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI**

**TANGGAL PERSETUJUAN**

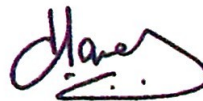
**DOSEN PEMBIMBING**

Tanggal 15 Januari 2009 Ketua :



**Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc  
NIP. 130900940**

Tanggal 17 Januari 2009 Anggota :



**Drs. Thomas Handy  
NIP. 130929626**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA**

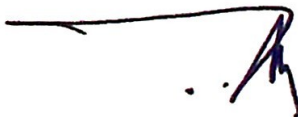
**TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF**

**NAMA : MARSELA OKTAVIANTY  
NIM : 01053110037  
JURUSAN : MANAJEMEN  
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN JASA  
JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN  
DI EXCELSE CAFE PALEMBANG INDAH MAL**

Telah diuji di depan panitia ujian komprehensif pada tanggal 4 Februari 2009 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

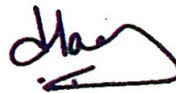
**Panitia Ujian Komprehensif  
Inderalaya, 4 Februari 2009**

**Ketua,**



**Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc  
NIP. 130900940**

**Anggota,**



**Drs. Thomas Handy  
NIP. 130929626**

**Anggota,**



**Drs. H. Mahyunar  
NIP. 130528065**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Manajemen**



**Drs. Yuliyansyah M. Diah, MM  
NIP. 131474902**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"*Desungguhnya dalam kesukaran ada kelapangan  
dan beserta kepayahan ada kemudahan*"

(Qsa. 95:5, 6)

"*Tidak pernah ada pengorbanan yang sia-sia*"

Kupersembahkan untuk:

*Allah SWT*

*Papa & Mama tercinta*

## Kata Pengantar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalammu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokaah*

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah S.W.T.. Karena berkat Rahmat dan HidayahNya yang berupa nikmat kesehatan jasmani dan rohani, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini menagambil judul **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Excelso Cafe Palembang Indah Mal**. Penulisan skripsi ini dibagi dalam enam bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Gambaran Umum Perusahaan, Bab V Analisis dan Pembahasan, dan Bab VI Kesimpulan dan Saran.

Data utama yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para konsumen Excelso Cafe Palembang Indah Mal yang memenuhi kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat enam faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mal yaitu faktor produk dan harga, faktor bukti fisik dan karyawan, faktor promosi dan karyawan, faktor tempat, faktor proses, dan faktor iklan. Faktor yang paling dominan mempengaruhi konsumen yaitu faktor produk dan harga.

Akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu saya meminta maaf kepada para pembaca apabila isi dari skripsi ini kurang berkenan ataupun terdapat banyak kesalahan dan saya juga mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dikemudian hari saya bisa menyajikan karya ilmiah yang lebih baik. Dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca umumnya dan penulis khususnya.

Palembang, 20 Januari 2009

Penulis  
Marsela Oktavianty

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjangkan ke hadirat Allah S.W.T. karena atas rahmat dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Excelso Cafe Palembang Indah Mal”**. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan dukungan baik moril maupun materil dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Prof. Dr. Hj. Badia Perizade, MBA, Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Dr. H. Syamsurijal, AK, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Drs. Yuliyansyah M. Diah, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Drs. M. Kosasih Zen, M. Si., Sekretaris Jurusan Manajemen.
5. Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc, Pembimbing I Skripsi, terima kasih atas segala kebaikan dan kesediaannya meluangkan waktu untuk bimbingan skripsi saya.
6. Drs. Thomas Handy, Pembimbing II Skripsi, terima kasih untuk saran, kritik, serta kesediaan meluangkan waktu bagi bimbingan skripsi saya.
7. Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A, terima kasih untuk pinjaman bukunya yang sudah membantu kelancaran penulisan skripsi dan kompre saya.
8. M. Welly Nailis, SE, MM atas kesediaannya menyisihkan sedikit waktu untuk memberikan penjelasan mengenai beberapa materi SPSS.
9. Manajer Excelso Café cabang Palembang, Bapak Rusty Refneldy, beserta seluruh karyawan Excelso Café Palembang Indah Mal, terima kasih banyak untuk sikap kooperatifnya yang sangat membantu penulisan skripsi saya.
10. Semua Bapak/Ibu dosen dan seluruh Staff Tata Usaha serta Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya terutama Mba' Ninil dan Kak Okta.
11. Yang tercinta, papa 'Suhrawardi' dan mama 'Bahgia Iriany'. Terima kasih untuk tiap harap dalam doamu, tiap peluh dalam kerja kerasmu, tiap hikmah dalam nasihatmu, serta tiap cinta dalam kasih sayangmu. Ella' cinta kalian. Semoga Allah senantiasa melindungi papa dan mama. Amin.

12. Kedua adikku tersayang, Ferian Sadhusilza Putra dan Rachmilia Tiara Putri. Semoga kita bertiga bisa menjadi orang sukses dan terus menjadi anak kebanggaan yang bisa membahagiakan papa dan mama yah dek.
13. Keluarga besar Zainal Abidin Darmo dan Ibrahim L.Lakoni, terutama 'Te Een, 'Te Ees, dan Yu'Cicia. Terimakasih untuk semua dukungan dan doanya.
14. Yang belakangan ini selalu mewarnai hariku, Muhammad Bastian Virantino Pradana. You're right that I can do it. Thanx for every single support and love that you gave to me. Kuliah yang rajin yah gendut supaya bisa cepat wisuda juga biar Ella nggak jamur nungguin dirimu ☺ .
15. Kedelapan sahabatku tersayang –Ayuk-ayuk– Ingrid Lidya Simanjuntak, SE; Khaula Afri Shellya, SE; Cendy Permata Sari, SE; Nur Rahmania, SE; Helly, Ami, dan Dita. Terima kasih untuk persahabatan yang sangat indah. Walau kita pernah berselisih paham, namun Insyaallah kita bersahabat 'selamanya'. Selamat berjuang di dunia kerja dan rumah tangga ☺ . Khusus buat Ami, Helly, & Dita, fighting yah biar cepat nyusul wisuda juga. Ella sayang kalian!
16. Inge Omed si ayam odong yang doyan nangis. Tuh kan kita bisa wisuda bareng. Makasih yah sudah jadi sahabat dekat Ella yang super duper sabaaaarr menghadapi Ella kalo lagi emosi ☺ . Semoga kita selalu jadi sahabat baik dan bisa mewujudkan semua impian dan mimpi-mimpi masa depan yang sering kita obrolin. Amin.
17. Puput Ndut yang nggak ndut lagi. Makasih yah ndut buat support dan doanya walau dari jauh. Cepat nyusul skripsi biar cepat merit. Mas-mas mu sudah pada nunggu mau ngelamar ☺ .
18. Mey Chan, sahabat seperjuangan dari awal skripsi hingga kompre, udah PS I dan PS II sama, Dosen tamu eh juga sama. Alhamdulillah perjuangan kita nggak sia-sia yah Mey.
19. Semua teman-teman di Jurusan Manajemen, khususnya Manajemen '05 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya especially Ia', Qq ndut, juga Indro n friends –Qq TL, Cathy, beserta rombes'nya–. Kalo sudah sukses jangan sombong dan kalo udah merit jangan nggak ngundang, yoh fren ☺ .

Semoga Allah S.W.T. membalas budi baiknya dan berkah kepada kita semua, Amin.

Penulis,  
Marsela Oktavianty



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR DAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
ABSTRACT .....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

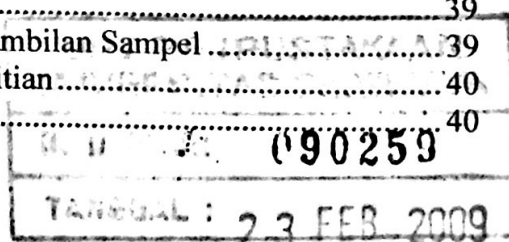
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan teori.....	13
2.1.1. Konsep Jasa.....	13
2.1.2. Bauran Pemasaran Jasa .....	13
2.1.3. Klasifikasi Produk.....	26
2.1.4. Dasar-dasar Untuk Membuat Segmentasi Pasar .....	27
2.1.5. Pengambilan Keputusan.....	28
2.1.6. Tipe Pengambilan Keputusan.....	29
2.1.7. Tahap-tahap Keputusan Pembelian .....	30
2.1.8. Model Pengambilan Keputusan Konsumen .....	33
2.2. Penelitian Terdahulu.....	35
2.2.1. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Dalam Menggunakan Kartu Prabayar Mentari (Studi Kasus PT.Indosat Tbk Cabang Palembang) Oleh Amanda Veronica, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Tahun 2007.....	35
2.2.2. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Bimbingan Belajar Ganesha Operation cabang Ahmad Dahlan Palembang Oleh Muhammad Liansyah, Mahasiswa Universitas Sriwijaya Tahun 2007 .....	36
2.3. Kerangka Konseptual Pemikiran.....	37

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	39
3.2. Rancangan Penelitian .....	39
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
3.4.1. Identifikasi Variabel.....	40



3.4.2. Batasan Operasional Variabel .....	41
3.4.3. Pengukuran Variabel .....	44
3.5. Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data .....	45
3.5.1. Jenis Data .....	45
3.5.2. Sumber Data .....	45
3.5.3. Metode Pengumpulan Data .....	46
3.6. Instrumen Penelitian .....	47
3.7. Metode Analisis Data .....	47
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>49</b>
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	49
4.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	54
4.2.1. Visi Perusahaan .....	54
4.2.2. Misi Perusahaan .....	54
4.3. Kebijakan Mutu dan Prestasi Perusahaan .....	54
4.3.1. Kebijakan Mutu Perusahaan .....	54
4.3.2. Prestasi Perusahaan .....	54
4.4. Data Penjualan Excelso Cafe .....	55
4.5. Dimensi Bauran Pemasaran Jasa .....	57
4.5.1. Produk .....	57
4.5.1.1. Minuman dan Snack .....	57
4.5.1.2. Kopi Biji .....	58
4.5.1.3. Cinderamata .....	59
4.5.1.4. Fasilitas .....	59
4.5.2. Harga .....	59
4.5.3. Tempat .....	63
4.5.4. Promosi .....	63
4.5.5. Orang .....	65
4.5.5.1. Struktur Organisasi Perusahaan .....	65
4.5.5.2. Karyawan .....	66
4.5.6. Proses .....	67
4.5.7. Layanan Konsumen .....	67
4.5.8. Bukti Fisik .....	68
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Akurasi data .....	70
5.1.1 Uji Validitas .....	70
5.1.2 Uji Reliabilitas .....	73
5.1.3 Uji Normalitas .....	73
5.2. Analisis Statistik Deskriptif .....	75
5.2.1. Analisis Statistik Deskriptif Non Variabel .....	75
5.2.1.1. Karakteristik Responden .....	75
5.2.1.1.1. Frekuensi Jenis Kelamin .....	75
5.2.1.1.2. Frekuensi Usia .....	76
5.2.1.1.3. Frekuensi Pekerjaan/Profesi .....	76
5.2.1.2. Perilaku Responden .....	77
5.2.1.2.1. Frekuensi Rata-rata Pendapatan Per Bulan .....	77
5.2.1.2.2. Frekuensi Dari Mana Mengetahui Excelso .....	78
5.2.1.2.3. Frekuensi Siapa Mempengaruhi Pembelian .....	79
5.2.1.2.4. Frekuensi Dengan Siapa Membeli .....	79

5.2.1.2.5. Frekuensi Berapa Kali Melakukan Pembelian	81
5.2.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Independen .....	81
5.2.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Dependen.....	85
5.3. Analisis Faktor .....	86
5.3.1. Analisis KMO and Barlett's.....	86
5.3.2. Analisis Anti Image Matrices.....	88
5.3.4. Analisis Total Variance Explained.....	89
5.3.5. Analisis Scree Plot .....	90
5.3.6. Analisis Rotated Component Matrix.....	91
5.4. Analisis Regresi linier Berganda dan Korelasi .....	105
5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	105
5.4.2. Analisis Korelasi .....	111
5.4.3. Pembahasan Regresi Linier Berganda.....	113
5.5. Pembahasan Hasil Penelitian Secara Keseluruhan.....	115
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>122</b>
6.1. Kesimpulan.....	122
6.2. Saran.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>126</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Kafe-kafe di Palembang .....	3
Tabel 1.2. Lokasi Gerai Excelso di Indonesia .....	6
Tabel 1.3. Penjualan Excelso Cafe Palembang Indah Mal.....	8
Tabel 3.1. Skala Likert .....	44
Tabel 4.1. Lokasi Gerai Excelso di Indonesia.....	52
Tabel 4.2. Penjualan Excelso Cafe Palembang Indah Mal.....	56
Tabel 4.3. Daftar Harga Minuman dan Snack Excelso Cafe PIM .....	60
Tabel 4.4. Daftar Harga Kopi Biji.....	61
Tabel 4.5. Daftar Harga Cinderamata .....	61
Tabel 5.1. Hasil Uji Validitas Variabel Utama .....	72
Tabel 5.2. Hasil Uji Normalitas .....	74
Tabel 5.3. Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	75
Tabel 5.4. Frekuensi Usia Responden.....	76
Tabel 5.5. Frekuensi Pekerjaan/Frekuensi Responden.....	76
Tabel 5.6. Frekuensi Rata-rata pendapatan Tiap Bulan Resonden.....	77
Tabel 5.7. Frekuensi Dari Mana Responden Mengetahui Excelso .....	78
Tabel 5.8. Frekuensi Siapa Yang Mempengaruhi Pembelian Responden .....	79
Tabel 5.9. Frekuensi Dengan Siapa Responden Malakukan Pembelian .....	80
Tabel 5.11. Deskriptif Variabel Independen .....	81
Tabel 5.12. Deskriptif Variabel Dependen.....	85
Tabel 5.13. Analisis KMO and Barlett's Test.....	86
Tabel 5.14. Analisis Anti Image Matrices.....	87
Tabel 5.15. Analisis Communalities .....	88
Tabel 5.16. Analisis Total Varianced Explained.....	89
Tabel 5.17. Analisis Rotated Component Matrix.....	91
Tabel 5.18. Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	106
Tabel 5.19. Hasil Uji F .....	107
Tabel 5.20. Analisis Koefisien Regresi Berganda .....	108
Tabel 5.21. Analisis Perbandingan Uji Parsial Variabel Independen .....	110
Tabel 5.22. Analisis Korelasi .....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Trend Penjualan Excelso Cafe PIM (Juni-Oktober 2008).....	9
Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian .....	30
Gambar 2.2. Model Pengambilan Keputusan Konsumen .....	33
Gambar 4.1. Slogan Excelso .....	53
Gambar 4.2. Logo Excelso .....	53
Gambar 4.3. Sertifikasi ISO 9001-2000 .....	55
Gambar 4.4. Rekor Excelso Dalam MURI .....	55
Gambar 4.5. Trend Penjualan Excelso Cafe PIM (Juni-Oktober 2008).....	56
Gambar 4.6. Beberapa Menu Excelso Cafe .....	58
Gambar 4.7. Beberapa Biji Kopi Excelso .....	58
Gambar 4.8. Beberapa Cinderamata .....	59
Gambar 4.9. Excelso Card .....	62
Gambar 4.10. Beberapa Merchant Yang Bekerjasama Dengan Excelso .....	62
Gambar 4.11. Kondisi dan Suasana Excelso Cafe .....	63
Gambar 4.12. Beberapa <i>Banner</i> dan <i>Standing Banner</i> Excelso Cafe PIM .....	64
Gambar 4.13. Beberapa Promo Bulanan & Promo Khusus Excelso Cafe .....	66
Gambar 4.15. Desain dan <i>Layout</i> Excelso Cafe PIM.....	69
Gambar 4.15. Beberapa Perabotan Excelso Cafe PIM.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas & Reliabilitas, Npar Test, Faktor Analisis, dan Regresi Linier Berganda

**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen  
Dalam Melakukan Pembelian Di Excelso Cafe Palembang Indah Mal**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mal dan 2) mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mal.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa penelitian mengenai faktor analisis atas variabel-variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mal ini, berdasarkan hasil analisis faktor dari 21 variabel yang ada dikelompokkan menjadi 6 faktor baru. Faktor-faktor tersebut adalah faktor produk dan harga, faktor bukti fisik dan karyawan, faktor promosi dan pelayanan, faktor tempat, faktor proses, dan faktor iklan. Dari hasil analisis regresi Inier berganda diketahui bahwa faktor produk dan harga merupakan faktor yang dominan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mal.

Maka, sebaiknya pihak Excelso Cafe Palembang Indah Mal harus dapat membuat produknya lebih menarik, unik, dan berbeda dari pesaing (diferensiasi) serta senantiasa menjaga kualitas produknya agar sesuai dengan harga yang ditawarkan.

**Kata Kunci:** Faktor Produk dan Harga, Cafe, dan Pengambilan Keputusan

**Factors that Influencing Consumer To Do Purchasing  
In Excelso Café Palembang Indah Mal**

**ABSTRACT**

The objectives of this research are (1) knowing factors that influencing consumer to do purchasing in Excelso Cafe Palembang Indah Mal and (2) knowing dominant factor that influencing consumer to do decision of purchasing in Excelso Cafe Palembang Indah Mal.

The result of research indicate that research about factor analyse for variables of influencing consumer to do decision of purchasing in Excelso Cafe Palembang Indah Mal, according to the result of factor analysis, from 21 variables grouped to 6 factors. These factors are product and place, physical evidence and people, promotion and service, place, process, and advertise. From the multiple linier regression analysis, we find that product and place is the dominant factor that influencing consumer to do decision of purchasing in Excelso Cafe Palembang Indah Mal.

The management of Excelso Cafe Palembang Indah Mal have to make the products being more interesting, unique, and differentiated and also keep the product's quality appropriate with the product's price.

**Key Words : Product and Price, Cafe, and Purchasing Decision**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Budaya barat membawa dampak yang besar terhadap gaya dan pola hidup masyarakat Indonesia. Salah satunya dapat dilihat dari berubahnya cara pandang masyarakat dalam mengartikan sebuah kebersamaan. Dahulu, masyarakat kita cenderung lebih senang menghabiskan waktu bersama baik dengan keluarga, sahabat, maupun kerabat di dalam rumah. Hal ini dikarenakan mereka menganggap bahwa rumah adalah tempat yang paling cocok dan nyaman untuk menjalin kebersamaan. Apalagi telah lama kita mengenal ungkapan 'Makan tidak makan asal kumpul'. Ungkapan inilah yang sangat melekat dan menjadi dasar pemikiran masyarakat kita. Hal ini juga yang menyebabkan mereka cenderung sulit untuk menerima masuknya budaya barat khususnya dalam gaya hidup.

Saat ini, pemikiran tersebut lambat-laun mulai bergeser. Masyarakat yang biasanya menghabiskan waktu bersama di dalam rumah, sekarang lebih senang untuk menghabiskan waktu di luar rumah untuk melakukan berbagai hal seperti: makan siang bersama, melakukan pertemuan keluarga, mengadakan pertemuan dengan klien, atau sekedar menghabiskan waktu luang bersama para sahabat dan kekasih. Salah satu tempat yang sering dikunjungi adalah kafe.

Kafe berasal dari bahasa Perancis yaitu *café*. Arti harafiahnya sebenarnya adalah (minuman) kopi, tetapi kemudian menjadi tempat di mana seseorang bisa minum-minum, tidak hanya kopi, tetapi juga minuman lainnya. Di Indonesia, kafe berarti suatu tempat yang menarik dan memiliki konsep tersendiri dimana seseorang bisa menikmati minuman dan makanan ringan. Budaya makan di kafe sendiri merupakan



kebiasaan barat dan saat ini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat kita (<http://id.wikipedia.org/wiki/Kafe>).

Sekarang, fenomena ini menjadi salah satu peluang bisnis yang menggiurkan. Baik pelaku bisnis yang telah berpengalaman maupun mereka yang baru ingin mencoba peruntungan di dunia bisnis menjadikan bisnis kafe sebagai salah satu ladang investasi karena saat ini untuk memulai bisnis kafe, mereka dapat memanfaatkan kafe-kafe yang telah ada dengan membeli waralaba atas kafe tersebut.

Dengan membeli waralaba, mereka dapat memperoleh berbagai keuntungan, yaitu: memiliki resiko yang lebih rendah, mudah, memiliki peluang untuk membeli dengan harga yang bisa ditawar, kemungkinan gagal yang lebih kecil, serta waktu dan tenaga yang lebih efisien (Suryana, 2006: 112).

Hal ini merupakan salah satu faktor yang menyebabkan makin menjamurnya usaha kafe di Indonesia karena para pelaku bisnis tidak perlu merintis usaha mereka dari awal yang cenderung memiliki resiko kegagalan yang lebih besar.

Fenomena menjamurnya kafe juga terjadi di Palembang. Awalnya kafe hanya ada di dalam hotel. Seiring berjalannya waktu, kafe-kafe mulai banyak dijumpai di pusat dan setiap sudut kota. Menjamurnya kafe juga ditunjang dengan maraknya pembangunan mal di Palembang saat ini.

Pembangunan beberapa mal di Palembang menarik minat para pelaku bisnis untuk membuat suatu kafe yang baru yaitu kafe di dalam mal. Kafe-kafe di dalam mal semakin populer karena dipengaruhi gaya hidup masyarakat saat ini yang senang menghabiskan waktu luangnya di mal. Keberadaan kafe-kafe di mal tersebut dapat menjadi pilihan untuk melepas dahaga dan mengisi perut yang lapar setelah berbelanja ataupun hanya sekedar berkumpul dengan para sahabat.

Berikut merupakan data pendukung mengenai beberapa kafe di kota Palembang :

**Tabel 1.1.**  
**Kafe-kafe di Palembang**

No.	Kafe	Alamat
1.	C3	Jl. Angkatan 45 Palembang Square
2.	Zinc	Jl. Angkatan 45 Palembang Square
3.	Excelso	Jl. Jend Sudirman 29 Komp. Lucky Permai 6
4.	Noodle	Jl. Angkatan 45 Palembang Square
5.	Starlight	Hotel Novotel Jl. R. Soekamto 8-A
6.	Tomken's	Jl. Angkatan 45 Palembang Square
8.	Selebrity	Jl. Petanang
9.	Topaz	Jl. Angkatan 45 Palembang Square Blok R 27-28, Jl. Jend Sudirman 29, Komp. Lucky Permai 6 Blok E No 17-18-19, Jl. R. Soekamto 8-A PTC
10	Don	Palembang Indah Mal Lantai 2
11.	Eat	Jl. Hangtuh
12.	November	Area Pasaraya JM
13.	Iphoteak	Jl. Hangtuh Jl. Sei Rambang No. 9 Rt. 01
14.	French	Jl. Angkatan 45 Palembang Square
15.	Musim	Hotel Swarna Dwipa
16.	Meema	Jl. Angkatan 45 Palembang Square
17.	Paradise	Hotel Paradise Jl. A Rivai
18.	Center Stage	Hotel Novotel Jl. R. Soekamto 8-A
19	J-co donuts &cafe	Ground Floor Palembang Indah Mal
20.	Gate Ex	Jl. R. Soekamto 8-A PTC

Sumber : Daftar Layanan Informasi Umum ( Buku Petunjuk Telepon 'Suplemen Palembang Edisi Maret 2007-2008' ) dan hasil observasi peneliti di lapangan

Saat ini, menghabiskan waktu luang di kafe memang sedang digemari masyarakat. Tetapi, di tengah ketatnya persaingan di antara bisnis sejenis, sebuah kafe dituntut memiliki konsep tata ruang (*layout*) dan menu yang terdiferensiasi serta disesuaikan dengan keinginan, kebutuhan, dan motivasi konsumen untuk menjadikan kafe tersebut sebagai tempat favorit untuk disinggahi konsumen.

Hal tersebut membuat setiap bisnis kafe berlomba-lomba menawarkan konsep dan menu yang berbeda, seperti *Noodle Cafe* yang menawarkan menu utama berbahan dasar mie yang diolah dengan cita rasa yang khas dan berbeda.

Selain itu, ada pula kafe yang berusaha menarik hati konsumen dengan menawarkan menu utama berupa minuman berbahan utama kopi. Sebenarnya bisnis kafe seperti ini telah banyak bermunculan di luar kota Palembang khususnya di pulau Jawa. Sebut saja *Starbucks* yang bersaing ketat dengan jaringan kafe dari AS lainnya, *Coffee Bean*, *Gloria Jean's*, *Tea Leaf*, *Famous Amoss*, ataupun *Excelso* yang merupakan jaringan kafe lokal ([www.kontan-online.com](http://www.kontan-online.com)).

Saat ini minum secangkir kopi bukan hanya sekedar tuntutan lidah karena sebagian masyarakat kelas menengah ke atas telah menjadikan acara minum kopi sebagian dari gaya hidup mereka. Mereka tidak hanya sekedar minum kopi namun juga melakukan berbagai aktivitas, seperti melakukan transaksi bisnis dengan klien, menjadikan tempat berkomunikasi dengan keluarga, maupun sekedar bersantai dan berkumpul bersama sahabat.

Gaya hidup tersebut memang belakangan ini semakin melanda masyarakat kita. Tentu saja hal ini membuat para pebisnis menyambutnya dengan bahagia sehingga kafe-kafe berjudul 'Kedai kopi' semakin banyak bermunculan.

Ada dua macam pemain kedai kopi di Indonesia. Pertama adalah yang asli Indonesia dan pemiliknya orang Indonesia. Misalnya, jaringan kafe kopi *Excelso*

milik juragan kopi asal Surabaya, Soedomo Margonoto dan kedua adalah Bakoel Koffie milik Syenny C. Wijaya yang mengangkat tema Indonesia tempo dulu dalam nuansa kafanya ([www.kontan-online.com](http://www.kontan-online.com)).

Pemain luar yang mengadu untung pun terus bermunculan. Seperti *Starbuck* yang bisa dikatakan sebagai kafe kopi asing di Indonesia. Kesuksesan *Starbuck* memancing munculnya pesaing asing lain. Tak heran kalau kemudian *Gloria Jean's*, *Coffee Bean*, dan *Tea Leaf* ikut mengembangkan sayap bisnisnya di Indonesia. Selain itu, ada juga pemain asing lain yang tergolong belia adalah *Cup&Cino* sebuah waralaba kafe kopi dari Jerman ([www.kontan-online.com](http://www.kontan-online.com)).

Kafe-kafe tersebut sangat mudah ditemui di pulau Jawa dan sekitarnya khususnya Jakarta. Namun, tidak demikian halnya di kota Palembang. Ada sebuah kafe yang memiliki konsep menu utama berupa minuman berbahan utama kopi yaitu *Excelso Cafe* yang dibuka pada tanggal 20 Oktober 2006 dan berlokasi di Jl. Letkol Iskandar yang terletak di *Ground Floor # 202 Palembang Indah Mal*.

Berangkat dari kata "*So Excellent*" yang berubah menjadi "EXCELSO", *brand* ini merupakan salah satu pemain inti di dalam industri kafe yang semakin hari semakin semarak dengan bertambahnya kafe-kafe lokal maupun internasional. Melalui komitmennya untuk menyediakan pelayanan dan produk-produk yang terbaik, *Excelso*, di usianya yang memasuki tahun ke 16, semakin mengokohkan diri sebagai *market leader* di dalam industri ini ([www.jakartaspot.com](http://www.jakartaspot.com))

*Excelso*, di bawah nama perusahaan PT. *Excelso Multi Rasa* yang berdiri sejak tahun 1990 adalah anak perusahaan dari Kapal Api Group - produsen kopi biji terbesar di Indonesia. Kapal Api sendiri berdiri sejak tahun 1927, bergerak di bidang usaha kopi dengan merek pertama Kopi Kapal Api dan saat ini telah menjadi pemimpin pasar dalam penjualan kopi di Indonesia ([www.excelso-coffee.com](http://www.excelso-coffee.com)).

Sejak gerai pertama berdiri (Plaza Indonesia, Jakarta 1991), hingga kini, Excelso telah memiliki lebih dari 50 gerai yang tersebar di 16 kota besar di Indonesia. Berikut merupakan data lokasi gerai Excelso di Indonesia:

**Tabel 1.2.**  
**Lokasi Gerai Excelso Di Indonesia**

No.	Kota	Lokasi Gerai
1.	Jakarta	BLOK M Plaza, CITOS, Kelapa Gading Mal 2, Plaza Indonesia, Mega Mal Pluit , Wisma Dharmala Sakti , Menara Bidakara, Senayan City , Grand Indonesia, Pluit Junction, RCTI, Waterboom, Stella Maris
2.	Karawang	Rest.Area Tol Cikampek Km.57, Km..40, Km.62, Rest Area Tol Tangerang Km.13,5
3.	Bandung	Supermarket Setiabudi, Bandung Supermal, Istana Plaza, Plaza Dago.
4.	Malang	Plaza Araya
5.	Pekanbaru	Mal SKA
6.	Semarang	Mal Ciputra
8.	Surabaya	Tunjungan Plaza II&IV, Galaxy Mal, Supermal Pakuwon Indah, Surabaya Town Square, Plaza Surabaya, Pakuwon Trade Centre, Galaxy Mal Extension, Siloam Gleneagles, Ace Home Center SPI&Royal Plaza
9.	Jogjakarta	Malioboro Mal , Galeria Mal
10.	Medan	Sun Plaza
11.	Bali	Mal Bali Galeria , Bandara Ngurah Rai
12.	Manado	Mega Mal Manado
13.	Batam	Mega Mal Batam Centre
14.	Makassar	Mal Ratu Indah , Mal Panakkukang
15.	Balikpapan	Mal Fantasi , Plaza Balikpapan
16.	Palembang	Palembang Indah Mal
17.	Solo	Solo Square

Sumber: Buletin Excelso 'Excelso News' No.13 Edisi Maret – Juni 2008

Excelso Cafe pertama dibuka pada bulan September 1991 di Plaza Indonesia, Jakarta, untuk mendukung merek kopi yang baru diciptakan oleh PT. Santos Jaya Abadi pada waktu itu, yaitu kopi Excelso. Excelso Cafe didirikan untuk mendukung pemasaran dan *image* yang hendak diciptakan untuk kopi Excelso.

Dua gerai Excelso Cafe, yaitu Excelso Cafe – Kelapa Gading Mal 2 dan Excelso Cafe – Mega Mal Pluit telah berhasil mendapatkan sertifikasi ISO 9001:2000 untuk standarisasi produk dan pelayanan. Sertifikasi ini secara bertahap akan dilanjutkan ke gerai-gerai lainnya. Atas keberhasilan Excelso dan dua gerainya mendapatkan sertifikasi ISO 9001:2000, maka MURI memberikan penghargaannya sebagai “Kafe Pertama di Indonesia yang mendapatkan ISO 9001:2000”.

Sebagai anak perusahaan produsen biji kopi, Excelso pun memiliki berbagai menu kopi sebagai produk-produk andalannya. Selain menu-menu kopi panas dan dingin yang sudah dikenal oleh masyarakat luas (*Regular Coffee, Espresso, Cappuccino, Cafe Latte, Cafe Mocha*), Excelso juga menyediakan minuman campuran kopi dengan *ice cream (Coffee Float, Mega Mocha Shake)*, dan buah-buahan (*Avocado Coffee, Banana Split Freeze, Maharani*). Keunikan dan keanekaragaman Excelso inilah yang dapat membuatnya tetap eksis dan mampu bersaing dengan pemain-pemain lokal maupun internasional ([www.thebandung.com](http://www.thebandung.com)).

Terlepas dari menu minuman, Excelso juga menyediakan berbagai macam snacks yang dapat dinikmati sendiri (*Moneybags, Holland Bitterballen, Holland Croquette*) maupun yang dapat dinikmati beramai-ramai (*Excelso Sampler, Seafood Sampler, dan French Fries*). Selain itu, untuk menarik minat konsumen, Excelso selalu menawarkan menu khusus setiap bulan, misalnya menu khusus untuk bulan

April-Mei 2008 yaitu *Baked Chicken & Potatoes* dan untuk bulan Juni-Juli 2008 adalah *Calamari Basket*.

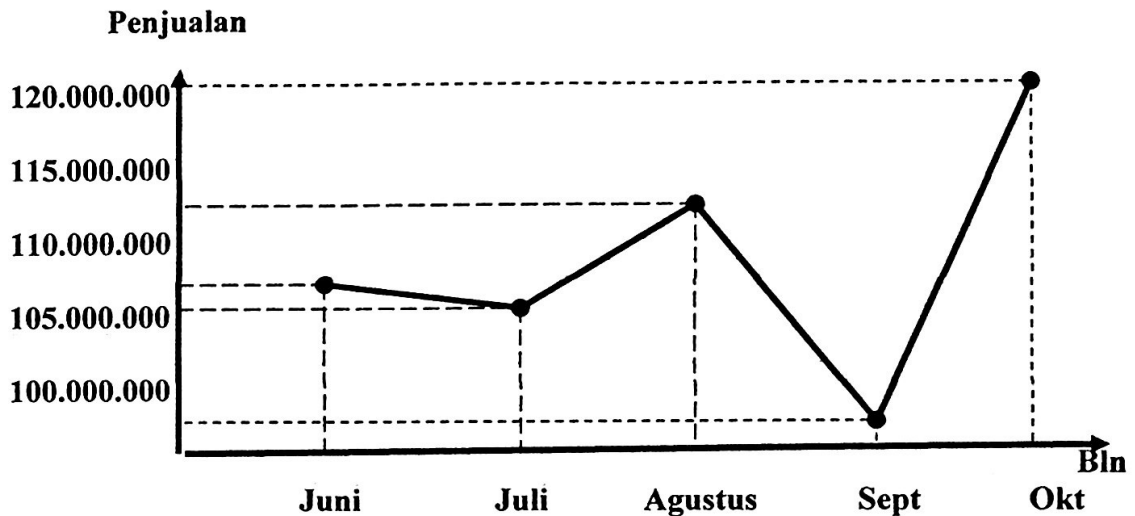
Dalam perkembangannya, gerai Excelso Cafe cabang Palembang yang dulunya masih minim konsumen terus berusaha menawarkan produk dan pelayanan terbaik demi tercapainya peningkatan penjualan. Berikut data mengenai laporan penjualan per bulan dan trend penjualan Excelso Cafe Palembang Indah Mal dalam beberapa bulan terakhir:

**Tabel 1.3.**  
**Penjualan Excelso Cafe Palembang Indah Mal Per Bulan**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Customer</b>	<b>Data penjualan</b>	<b>Persentase</b>
Juni	2534	106.084.106	0%
Juli	2491	105.508.448	- 0,5%
Agustus	2663	112.270.529	6%
September	1742	68.594.769	- 64%
Oktober	2338	120.511.032	43%

Sumber : Excelso Cafe Palembang Indah Mal

Gambar 1.1



Trend Penjualan Excelso Cafe PIM (Juni-Oktober 2008)

Sumber : Excelso Cafe Palembang Indah Mal (data diolah kembali)

Untuk dapat bersaing, sebuah bisnis termasuk bisnis kafe harus memperhatikan strategi pemasarannya. Salah satunya dengan memperhatikan unsur-unsur *marketing mix* karena unsur-unsur ini dapat menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di sebuah kafe. Unsur-unsur bauran pemasaran adalah produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*) (Kotler, 2005: 17).

Namun sebuah kafe tidak hanya menawarkan produk, melainkan juga menawarkan jasa. Maka, unsur-unsur bauran pemasaran jasa juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sekaligus menjadi unsur-unsur penting yang harus diperhatikan pihak kafe untuk mempertahankan bisnisnya.

Bauran pemasaran jasa terdiri atas tujuh hal, yaitu (Lupiyoadi dan Hamdani, 2001: 70):

- *Product* (produk): jasa seperti apa yang ingin ditawarkan.
- *Price* (harga): bagaimana strategi penentuan harga.





- *Promotion* (promosi): bagaimana promosi yang harus dilakukan.
- *Place* (tempat): dimana sistem penyampaian jasa yang akan diterapkan.
- *People* (orang): jenis kualitas dan kuantitas orang yang akan terlibat dalam pemberian jasa.
- *Process* (proses): bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut.
- *Customer Service* (layanan konsumen): tingkat jasa yang bagaimana yang akan diberikan kepada konsumen.

Christopher Lovelock juga mengungkap teori mengenai bauran pemasaran jasa. Ada sedikit perbedaan antara unsur-unsur bauran pemasaran jasa menurut Lovelock dengan unsur-unsur bauran pemasaran jasa menurut Rambat Lupiyoadi, namun inti dasar pemikirannya sebenarnya sama.

Bauran pemasaran jasa menurut Lovelock terdiri dari beberapa hal yaitu (Lovelock & Wright, 2005: 18):

- *Product & element* (produk dan elemen)
- *Place & time* (tempat dan harga)
- *Promotion & education* (promosi dan edukasi)
- *Price & other user costs* (harga dan biaya lainnya)
- *Process* (proses)
- *Productivity & Quality* (produktivitas dan kualitas)
- *People* (orang)
- *Physical Evidence* (bukti fisik)

Yaitu petunjuk visual atau berwujud lainnya yang memberi bukti atas kualitas jasa, seperti gedung, tanah, kendaraan, perabotan, interior, perlengkapan, anggota staff, tanda-tanda, barang cetakan, dan petunjuk yang terlihat lainnya yang memberi bukti atas kualitas jasa. Perusahaan

jasa perlu mengelola bukti fisik secara hati-hati karena dapat mempengaruhi kesan pelanggan.

Sebelum para konsumen membuat suatu keputusan untuk melakukan pembelian di kafe-kafe khususnya Excelso Cafe Palembang Indah Mal, mereka melewati tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan tersebut.

Ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku purna pembelian. Model ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sebelum pembelian dan berakibat jauh setelah pembelian. Setiap konsumen tentu melewati kelima tahap ini untuk setiap pembelian yang mereka buat (Simamora, 2002: 15).

Menyikapi hal tersebut, tentunya ada banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di suatu tempat khususnya kafe, dan unsur-unsur bauran pemasaran jasa merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Excelso Cafe Palembang Indah Mal.**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mal.
2. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mal.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mal.
2. Untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mal.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Excelso Cafe Palembang Indah Mal, diharapkan agar penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan informasi untuk melakukan pengambilan keputusan mengenai strategi bauran pemasaran jasa yang tepat dalam mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mal.
2. Bagi peneliti yang lainnya, diharapkan agar penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi penelitian lebih lanjut.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku Petunjuk Telepon Suplemen Palembang. *Daftar Layanan Informasi Umum (Edisi Maret 2007-2008)*. Palembang.

Buletin Excelso. *Excelso News No.13 Edisi Maret – Juni 2008*.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: Penerbit BPFE.

Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 1*, Jakarta: Penerbit Prenhallindo.

Kotler, Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran Kesebelas Jilid 1*, Jakarta: Penerbit PT Indeks.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1997, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Penerbit Prenhallindo.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1997, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2*, Jakarta: Penerbit Prenhallindo.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedelapan*, Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Liansyah, Muhammad, 2007. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Bimbingan Belajar Ganesha Operation cabang Ahmad Dahlan Palembang*. Skripsi, Unsri, Palembang.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Penerbit Indeks. Dikutip dari skripsi Mariance Trisnawaty, 2007.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mas'ud, Fuad. 2004. *Survei Diagnosis Organisasional Konsep dan Aplikasi*, Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Profil Excelso. *General Info*. Diambil pada tanggal 8 Juli 2008 dari <http://www.jakartaspot.com/spot/excelso/220/excelso-kelapa-gading-mal-3.html>
- Schiffman, L.G & Kanuk, L.L. 1997. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Penerbit Prentice Hall.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Kencana.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit CV Alfabeta.

Suryana. 2006. *Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, Yogyakarta: Penerbit Liberty.

Veronica, Amanda, 2007. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Dalam Menggunakan Kartu Prabayar Mentari (Studi Kasus PT.Indosat Tbk Cabang Palembang)*. Skripsi, Unsri, Palembang.

[www.excelso-coffee.com](http://www.excelso-coffee.com). Diambil pada tanggal 8 Juli 2008.

[www.kontan-online.com](http://www.kontan-online.com). Diambil pada tanggal 11 Juli 2008.

[www.thebandung.com](http://www.thebandung.com). Diambil pada tanggal 11 Juli 2008.

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com). Diambil pada tanggal 6 Juli 2008.