

JEMEN

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

SKRIPSI

**ANALISIS HUBUNGAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN
DI PT. ELEX MEDIA KOMPUTINDO
PERWAKILAN PALEMBANG**



**Diajukan Oleh :
ADVENT S. BARUS
01993110073**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2006**

0 7

1.1.

S
658.820 F

Bar
a.
2006

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**



SKRIPSI

**ANALISIS HUBUNGAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN
DI PT. ELEX MEDIA KOMPUTINDO
PERWAKILAN PALEMBANG**

14637 / 14999



**Diajukan Oleh :
ADVENT S. BARUS
01993110073**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2006**

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ADVENT S. BARUS
NIM : 01993110073
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS HUBUNGAN PROMOSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN DI PT. ELEX MEDIA KOMPUTINDO
PERWAKILAN PALEMBANG

TANGGAL

31/7⁰⁶

KETUA

Drs. Yuliansyah M. Diah, MM

NIP. 131 474 902

TANGGAL

31/7⁰⁶

ANGGOTA

Drs. M. Kosasih Zen, Msi

NIP. 130 527 940

Motto :

“Seperti benih, ia harus mati dulu, tertanam dalam tanah, lalu mulai hidup, berakar, tumbuh berkembang, dan berbuah, seperti itulah engkau harus hidup, karena apakah arti hidup jika tidak berbuah?”

***“jadilah seperti keset yang rela diinjak orang dan
ikutlah teladan Kristus”***

(Mas Kris, pemuridan, 12 April 2003)

Kupersembahkan Untuk :

- Alm. Ayah Tercinta***
- Ibunda Tersayang***
- D'Irvandi, Rimna, Anastasya***
- All The People I Do Care***

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan pada Juru Selamatku, **Yesus Kristus**, karena kasih dan sayang-Nya jua maka penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengambil judul : “Analisis Hubungan Promosi Dengan Volume Penjualan Di PT Elex Media Komputindo Perwakilan Palembang”.

Selama penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan yang sangat berarti baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. DR. H. Zainal Ridho Djafar, Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Syamsurijal, Ak, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, MM, Ketua Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Drs. Supardi A. Bakri, M. P. A, selaku Dosen Pembimbing Akademik atas segala bantuan dan perhatiannya selama ini.
5. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, MM, selaku Ketua Pembimbing Skripsi dan Ketua Panitia Ujian Komprehensif, atas arahnya selama penulisan skripsi ini.
6. Bapak Drs. M. Kosasih Zen, Msi, selaku Anggota Pembimbing Skripsi dan Anggota Panitia Ujian Komprehensif, yang selalu memberikan masukan selama penulisan skripsi ini.
7. Bapak Drs. Supardi. A. Bakri, M.P.A, selaku Anggota Panitia Ujian Komprehensif.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNSRI yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama penulis ilmu di almamater ini.
9. Seluruh staf dan pegawai Fakultas Ekonomi UNSRI yang membantu dalam kelancaran pengurusan KRS, KHS, dan sebagainya selama penulis kuliah di Manajemen UNSRI.

10. Mas Paulus Wilson, selaku Koordinator Wilayah PT. Elex Media Komputindo Perwakilan Palembang atas bantuan, bimbingan dan persahabatannya selama penulis mengadakan penelitian. Sukses ya Mas...*matur nuwun*
11. Orangtuaku, Alm. Ayah Tercinta, P. Barus dan Ibunda F. Sipayung, serta adik-adikku, Irvandi, Rimna dan Anastasya, terima kasih buat cinta, doa dan bimbingannya selama aku kuliah di sini. *I love U until I die.. Aku kan berusaha menjadi kebanggaan kalian...I'm promise dad....mam....*
12. Orangtua angkatku, Kila Ica Sembiring sekeluarga, thank's atas kasih sayang dan perhatiannya padaku, moga tetap jadi keluarga harmonis yang menjadi cermin keluarga idamanku ke depan. Maaf atas kesalahanku selama ini. Hidup *CINTA....*
13. Keluarga Dameria Barus, makasih buat nasehatnya. Maafkanku *bulang dan nenek*, bila aku cuek pada kalian sekeluarga, aku janji akan berubah. Bik Ria, jaga *bulang dan nenek ya, ula gutul.....*
14. Mas Kristian Sukatman sekeluarga, kakak binaku, thank's untuk bimbingan rohani dan kepribadianku, moga kita terus ingat akan visi dan misi kita yang utama dalam satu iman.
15. Seluruh rekan-rekan Manajemen'99 yang telah mendahuluiku, makasih buat senyum, canda dan persahabatan kita dalam perbedaan dan kesatuan. *I miss U all*
16. Rahmat Surbakti, Bik Ria Barus, dan Impalku, yang menemaniku selama sidang, thanks ya.
17. Gusti-Eli Sembiring, Muel Sinukaban, Kiki Sinuhaji, Esmas Sitepu, Bora'Goeslaw'Ginting, Nana, Mila, Eben, Nanda,Ucok, Usman,Kurnia, Nova Sembiring, makasih nasehat dan persahabatannya.
18. Semua teman di LPMI, GMKI, PERKANTAS, MAKASRI, PERMATA GBKP, HKBP Lorok, thank's atas kenangan dan pengalamannya. Teruslah melayani-Nya dengan cinta dan senyum mesra...bertolong-tolonglah dalam perjuangan imanmu.
19. Sahabatku di Universitas Kader Bangsa (UKB), Netty Simatupang, makasih buat masakannya ya (jadi ingat kampung nih), buat sms dan cerita-cerita lucu, buat doa dan dukungannya selama ini. Adek juga semangat kuliah ya, kalo bisa cepat nyusul wisudanya. *Friendship forever sister...*
20. Teman-teman di Gg. Lampung, terutama B'Arpan (Oom Ferry Ondut, jangan lupakan aku kalo dah berhasil ya, nduuuuuuutt), (Katua Butuhha Sejagat Raya, Mbah Prof. Dr. dr.Boston M, Sp.K,

payo kito culik pariban kau tu),(Marthin Jim Fuha'Dewa Mabok IDOL', jadikanlah *putri salju* kau tu, ntar *leong* pulo.makasih komputernya ya), (Herbet Einstein'pria ter-*cool* di bedeng, tinggal A.... Cok), Encos Lultop (baaa payo), (Untung Cobain-Erlyn Cobain),(Yunutz -Boy), Melani Rahul Pagaal He, Ferdi Mbun pagi, (Ucok Cius Cheguavara-Morgen), Jakson Gerrard (master gaya merangkap anak mudanya),dan semua yang tak dapat disebutkan di sini, thank's buat persahabatannya.

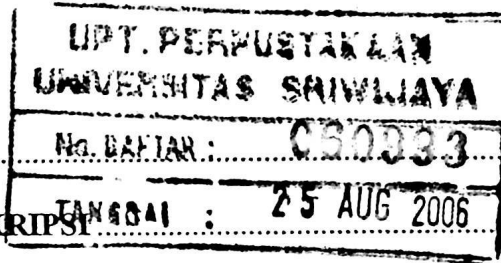
21. Pungan Raja Oloan se-Inderalaya, (Boyong, Rini, Vera, Dedi, Indra, Floren, Wista, Bintang, Natal, Latri, Lidenk, Lilis, Zimot, Patrick, dan lain-lain, maju terus adik-adikku...*burju-burju ma hamu sude angka apparaku, itoku dohot bere, ingot tujuanta dison, unang ihut-ihuthon hamu au.*
22. Kebanggaanku, " Martha E. T. S", thank's telah membantuku menjalin sebuah novel yang indah di hatiku, saat-saat berdua denganmu adalah "*moment*" yang terindah bagiku selama kuliah. *Hope You're My Next Best Thing, when I'm Fallin Love....it's will be forever* (Diana Rose), *remember the songs?*. Selamat berjumpa di kebahagiaan berikutnya.....
23. Kahlil Gibran, Putu Wijaya, A.A. Navis, Chairil Anwar, Sitor Situmorang, buat siraman kesejukan jiwa lewat puisi, sajak, narasi yang kalian berikan bagi pencinta keindahan kata-kata insani.
24. Robert T. Kiyosaki, guru kebebasan finansial, thank's buat pemikiran-pemikiran baru dan kritis yang telah kau ajarkan padaku. Pencerahan yang kau ajarkan melebihi pendidikan yang diajarkan sekolah kepadaku. Tunggu aku menjadi bagian dalam perjuanganmu.
25. Semua orang yang datang dan pergi, yang mewarnai perjalanan hidupku.
26. Medan (izinkan aku untuk selalu pulang lagi.....)

Palembang, Juli 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi



BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	2
1.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.6. Metode Penelitian	4
1.6.1. Teknik Penentuan Sampel.....	5
1.6.2. Variabel Penelitian.....	6
1.6.3. Metode Analisis Data.....	6
1.7. Sistematika Penulisan	8

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1. Bauran Pemasaran.....	12
2.2. Bauran Promosi.....	15

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Keadaan Umum Perusahaan.....	42
3.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	44
3.3. Pembagian Tugas.....	46
3.4. Kegiatan dan Kebijakan Perusahaan	
3.4.1. Kegiatan dan Kebijakan Promosi.....	50
3.4.2. Kegiatan dan Kebijakan Penjualan.....	55

**BAB IV ANALISIS HUBUNGAN PROMOSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN**

4.1. Peranan kegiatan promosi terhadap volume penjualan.....	61
4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan.....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	halaman
1. Biaya Promosi PT Elex Media Komputindo	52
2. Volume Penjualan PT Elex Media Komputindo	58
3. Volume Penjualan dan Biaya Promosi (dalam Rupiah)	61
4. Hasil Penjualan dan Biaya Promosi (dalam Rupiah).....	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya akan menghadapi berbagai permasalahan sehingga mengakibatkan hasil yang dicapai kurang memuaskan atau dapat dikatakan tujuan dari perusahaan belum sepenuhnya terwujud. Secara umum dikemukakan bahwa tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba, menjamin kelangsungan hidupnya dan menunjang kegiatan-kegiatan sosialnya. Perusahaan harus menyadari bahwa lingkungan pemasaran secara terus-menerus memunculkan peluang dan ancaman baru. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan kembali misi bisnis dan strategi pemasaran mereka secara kritis dan berkelanjutan.

Aspek promosi sebagai salah satu strategi dalam bauran pemasaran produk membentuk peranan penting dalam membantu mengkomunikasikan positioning produk kepada para pelanggan dan pasar-pasar *relationship* lainnya. Promosi menambah signifikansi produk dan juga dapat menambah kegunaannya serta membantu pelanggan membuat penilaian tawaran produk dengan lebih baik.

Dewasa ini perusahaan yang bergerak di dalam pemasaran produk buku-buku bermutu bagi semua kalangan telah menunjukkan persaingan yang cukup kompetitif. PT. Elex Media Komputindo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran produk buku bacaan bagi anak-anak, remaja dan masyarakat luas lainnya.

PT. Elex Media Komputindo juga tidak terlepas dari masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan yang memiliki persaingan dari perusahaan yang memiliki produk sejenis lainnya. Sehubungan dengan hal itu, PT. Elex Media Komputindo dihadapkan kepada usaha peningkatan atau mempertahankan volume penjualannya ataupun untuk memperkuat citra produk mereka, sehingga memiliki kekuatan yang besar di pasar. Untuk mencapai hal tersebut tentunya PT. Elex Media Komputindo harus mampu memformulasikan program dan strategi pemasaran yang tepat, serta perlu memahami masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

Promosi merupakan alat yang dapat digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pasar sasarannya, sehingga tujuan utama perusahaan jadi lebih mudah untuk dicapai. Philip Kotler menyatakan¹ ;

“Pengecer menggunakan berbagai macam alat promosi untuk menarik pengunjung dan menciptakan pembelian. Tiap pengecer harus menggunakan alat promosi yang dapat mendukung dan memperkuat penentuan posisi citra mereka.”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1. “Bagaimana hubungan antara aspek promosi terhadap volume penjualan pada PT. Elex Media Komputindo ?”**
- 2. “Faktor apa yang paling mempengaruhi Volume Penjualan ?”**

¹ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 2, Penerbit PT PRENHALLINDO Jakarta, 2002, Hal. 602.

I.3. Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis mengadakan penelitian secara langsung ke cabang PT. Elex Media Komputindo di Palembang sehingga memudahkan penulis untuk menggunakan analisis data yang telah dipilih untuk digunakan.

I.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dan pengaruh yang timbul dari kegiatan promosi terhadap volume penjualan pada PT. Elex Media Komputindo Palembang.

I.5. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1.5.1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini merupakan suatu pengalaman yang berharga dalam rangka memperluas dan mempertajam penalaran, wawasan berpikir serta implementasi keprofesionalisme bidang disiplin ilmu yang dipelajari peneliti.

1.5.2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Manajer Pemasaran untuk menyusun strategi promosi dalam strategi

pemasaran PT Elex Media Komputindo Palembang guna menghadapi pasar bebas.

1.5.3. Bagi Umum

1.5.3.1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca serta dapat dijadikan bahan kepustakaan.

1.5.3.2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk penelitian lanjutan bagi yang berkepentingan.

I.6. Metodologi Penelitian

Di bawah ini ada beberapa metode penelitian yang dapat dilakukan yaitu :

1. Metode Penelitian Deskriptif

Metode ini menggambarkan karakteristik yang nyata terjadi pada sampel atau populasi yang diidentifikasi penulis berdasarkan konstruksi tertentu.

2. Metode Penelitian Kualitatif

Metode ini dilakukan dengan cara peninjauan atau pengamatan terhadap perusahaan. Dalam hal ini, peneliti dapat melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang terjadi dalam perusahaan dan pimpinan perusahaan maupun karyawan perusahaan yang erat hubungannya dengan masalah yang dibahas.

Dari berbagai metode penelitian yang diuraikan di atas, maka disini penulis menggunakan metode yang termasuk ke dalam metode deskriptif kualitatif.

Adapun alasan yang digunakan metode penelitian tersebut karena dalam pengumpulan datanya harus menggunakan pengamatan langsung pada perusahaan

yang bersangkutan serta dibantu dengan buku catatan dan teori serta melakukan wawancara dengan pejabat yang berwenang sesuai dengan topik pembahasan sehingga dari hasil penelitian tersebut penulis dapat menginterpretasikan mengenai keseimbangan antara keadaan yang sebenarnya dengan teori-teori yang tersedia.

I.6.1. Teknik Penentuan Sampel

1. Riset Lapangan

Penelitian lapangan ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang sifatnya primer, dimana penulis melakukan penelitian secara langsung terhadap objek yang akan diteliti, yaitu dengan cara sebagai berikut :

a. Wawancara

Melakukan wawancara dengan pihak yang berwenang guna memperoleh data mengenai objek yang diteliti di perusahaan.

b. Observasi

Melakukan penelitian secara langsung mengenai kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

2. Riset Kepustakaan

Suatu pengumpulan data dan literatur serta sumber-sumber lain yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti.

Jenis data yang dikumpulkan meliputi :

* Data Primer² ;

“Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi yang diterbitkannya.”

Data ini dikumpulkan penulis dari objek penelitian, data ini diperoleh dari wawancara dan observasi.

* Data Sekunder³;

“Data Sekunder adalah data yang sudah diterbitkan oleh organisasi yang bukan merupakan pengolahnya.”

I.6.2. Variabel Penelitian

Variabel yang dianalisis terdiri dari :

1. Variabel bebas (*independent variable*) (X), yaitu biaya promosi dari produk.
2. Variabel tidak bebas (*dependent variabel*) (Y), yaitu volume penjualan.

I.6.3. Metode Analisis Data

Berdasarkan data di atas, metode analisis data yang akan digunakan penulis adalah :

1. Deskriptif Kualitatif⁴ ;

“Serangkaian observasi dimana tiap observasi yang terdapat dalam sampel (atau populasi) tergolong dalam salah satu kelas-kelas yang saling lepas yang kemungkinannya tidak dapat dinyatakan dalam angka-angka”

² Anto Dajan, Pengantar Metode Statistik, Jilid I, Penerbit LP3ES Jakarta, 1974, Hal 19

³ Ibid, Hal. 18

⁴ Ibid, Hal. 18

yaitu dengan cara membandingkan bauran promosi yang digunakan PT Elex Media Komputindo dalam mempromosikan produknya dengan teori-teori yang berhubungan.

2. Deskriptif Kuantitatif⁵ ;

“Kumpulan angka-angka hasil observasi atau pengukuran di dalam serangkaian observasi atau pengukuran”

* Koefisien korelasi sederhana

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi sederhana

n = Banyaknya x dan y

x = nilai data x yang ke 1

y = nilai data y yang ke 1

* Koefisien determinasi penentu

$$KP = r^2$$

Dimana :

KP = Koefisien Penentu

⁵ Anto Dajan, Pengantar Metode Statistik, Jilid I, Penerbit LP3ES Jakarta, 1974, Hal 18.

* Analisa Regresi

Analisa ini digunakan untuk mengukur besar pengaruh variabel yang diukur terhadap variabel lainnya.

$$Y = a + bx$$

$$a = Y - bx$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Dimana :

Y = Volume Penjualan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

x = Biaya yang dikeluarkan untuk promosi

L.7. Sistematika Penulisan

Dalam upaya mempermudah penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis akan mengemukakan sistematika penulisan ini dalam empat Bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Kerangka Pemikiran, dan Sistematika Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dibahas tentang uraian-uraian dari beberapa teori yang relevan dengan topik masalah yaitu pengertian pemasaran, bauran pemasaran, pengertian promosi, bauran promosi, strategi pemasaran, strategi promosi.

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menyajikan gambaran secara umum mengenai objek penelitian, yaitu sejarah singkat perusahaan, aktifitas perusahaan termasuk visi dan misi, struktur organisasi, dan perkembangan pemasaran.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis menganalisis masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan performance perusahaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian terakhir yang memuat kesimpulan yang dapat diambil dari hasil analisis pada bab terdahulu dan saran-saran yang mungkin dapat bermanfaat sebagai alternatif perbaikan kebijakan strategi perusahaan

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1. Latar Belakang Masalah
- 1.2. Perumusan Masalah
- 1.3. Ruang Lingkup Penelitian
- 1.4. Tujuan Penelitian
- 1.5. Manfaat Penelitian
- 1.6. Metode Penelitian
- 1.7. Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

- 2.1. Bauran Pemasaran
- 2.1. Bauran Promosi

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

- 3.1. Keadaan Umum Perusahaan
- 3.2. Struktur Organisasi Perusahaan
- 3.3. Pembagian Tugas
- 3.4. Kegiatan dan Kebijakan Perusahaan
 - 3.4.1. Kegiatan dan Kebijakan Promosi
 - 3.4.2. Kegiatan dan Kebijakan Penjualan

**BAB IV ANALISIS HUBUNGAN PROMOSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN**

- 4.1. Peranan kegiatan promosi terhadap volume penjualan
- 4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- 5.1. Kesimpulan
- 5.2. Saran

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid 1, Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- Philip Kotler dan A. B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian*, Edisi Pertama, Jilid 1, Salemba Empat, Jakarta, 1999.
- Anto Dajan, *Pengantar Metode Statistik*, Jilid 1, Penerbit LP3ES, Jakarta, 1974.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi Millenium, Jilid 2, Penerbit PT Prenhallindo, Jakarta, 2000.
- Basu Swasta DH & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi ke-4, Liberty, Yogyakarta, 1990.
- Basu Swastha, *Manajemen Penjualan*, Edisi Ketiga, BPFE, Yogyakarta, 1997.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Kesembilan, Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- Drs. Basu Swastha D. H., MBA, *Saluran Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta, 1997.
- Fanji Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta, 1998.
- James A.F. Stoner, *Manajemen*, Jilid 1, Jakarta, 1992.
- Fanji Tjiptono, *Soal Jawab Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta, 1997.
- Drs. Basu Swastha D. H., M.B.A., *Manajemen Penjualan*, BPFE, Yogyakarta, Juni 2001.