

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

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH GLOBAL  
ENGLISH LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG**



**Diajukan Oleh:**

**TRİYANA NATASA**

**NIM. 01043110041**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat**

**Guna Mencapai Gelar**

**Sarjana Ekonomi**

**2008**

S  
658.8307  
Nat  
a  
2008.

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



**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH GLOBAL  
ENGLISH LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG**

16186  
16548



**Diajukan Oleh:**

**TRİYANA NATASA  
NIM. 01043110041**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi  
2008**

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

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

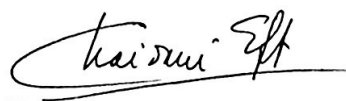
**NAMA : TRIYANA NATASA  
NIM : 01043110041  
JURUSAN : MANAJEMEN  
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH GLOBAL ENGLISH  
LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG**

**PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI**

**TANGGAL PERSETUJUAN**


**DOSEN PEMBIMBING**

**Tanggal, 18 Februari 2008 Ketua :**



**Dra. Hj. Chairani Effendy**

**Tanggal, 21 Februari 2008 Anggota :**



**Drs. H. Dian Eka, MM**

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

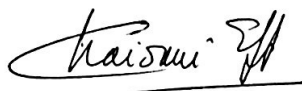
**TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF**

**NAMA : TRIYANA NATASA  
NIM : 01043110041  
JURUSAN : MANAJEMEN  
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH GLOBAL ENGLISH  
LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG**

**Telah diuji di depan panitia ujian komprehensif pada tanggal 13 Februari  
2008 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.**

**Panitia Ujian Komprehensif  
Inderalaya, 13 Februari 2008**

**Ketua,**



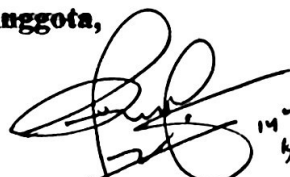
**Dra. Hj. Chairani Effendy  
NIP.130604261**

**Anggota,**



**Dra. H. Dian Eka, MM  
NIP.131885906**

**Anggota,**



**Dra. Sahartini Karim, MM  
NIP.130936412**

**Mengetahui,  
Ketua jurusan Manajemen**



**Dra. Yuliansyah M. Diah, MM  
NIP. 131474902**

**MOTTO :**

*"Aku hanyalah satu, tetapi Aku masih tetap satu.  
Aku tidak bisa melakukan semuanya, tetapi Aku masih  
bisa melakukan sesuatu.  
Dan karena Aku tidak bisa melakukan semuanya,  
Aku tidak akan menolak untuk melakukan sesuatu yang  
bisa Aku lakukan."*

*(Edward Everett Hale)*

**KUPERSEMBAHKAN UNTUK:**

- \* Allah SWT
- \* Rie, My Self
- \* Papa dan Mama
- \* Ayuk, Kakak, Oto
- \* Sahabat-Sahabatku
- \* Almamaterku FE-UNSRJ

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T, karena atas izin-Nya jualah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Global English Language Center (GELC) Palembang**. Penulisan skripsi ini di bagi dalam lima bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Studi Pustaka, Bab III Gambaran Umum Perusahaan, Bab IV Analisis dan Pembahasan dan Bab V Kesimpulan dan Saran.

Data utama yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner dengan pertanyaan-pertanyaan mengenai profil responden dan pendapat responden tentang Global English Language Center Palembang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian mengenai faktor analisis atas variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Global English Language Center (GELC) Palembang ini, berdasarkan hasil analisis faktor, ternyata dari 26 variabel diringkas menjadi 21 variabel, dan dikelompokkan menjadi 7 faktor dengan persentasi *total varian* sebesar 72.967%. Faktor-faktor tersebut adalah faktor *people* (tenaga pengajar), faktor *promotion* (promosi), faktor *facility* (fasilitas), faktor *environment*, faktor *guide book*, faktor *access & security*, dan faktor *customer service*. Faktor *people* (tenaga pengajar) merupakan faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih Global English Language Center (GELC) Palembang.

Oleh karena itu, hendaknya pihak GELC Palembang harus memprioritaskan dan mempertahankan kualitas tenaga pengajar (faktor *people*) dengan melakukan berbagai training secara berkala dan dalam merekrut tenaga pengajar baru, pihak GELC Palembang harus mempunyai standarisasi tersendiri.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan manajemen perusahaan dan bahan masukan akademisi bagi penelitian manajemen pemasaran.

**Penulis**

**Triyana Natasa**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T. karena atas rahmat dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Global English Language Center (GELC) Palembang**" 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 material dalam penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Segala Puji bagi Rabb *Allah SWT*, Sang Penggenggam Hati dan Jiwa Mahluk-Nya. Alhamdulillah hingga detik ini aku masih bisa merasakan milyaran nikmat-Mu. Semua yang telah, sedang dan akan terjadi adalah takdir-Mu.
2. Kedua orang tuaku yang tercinta (*Jf. Asnawi* dan *Jf. Perida*) dan saudara-saudaraku (*Ratih Natasia, SE, Pac Natasia ST*, dan *Broto Natasia*) yang telah memberikan limpahan dan curahan kasih sayang serta dukungan moril dan pendanaan...segenap cinta aQ sembahkan....☺☺☺☺☺
3. Ibu *Dra. Badia Perizade, MBA*. Selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak *Dr. Syamsurijal, Ak*. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak *Drs. Yuliansyah M.Diah, MM*. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Bapak *Drs. M. Kosasih Zen, M.si*. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Ibu *Dr. Agustina Hanafi, MBA*. Selaku Pembimbing Akademik.
8. Ibu *Dra. Hj. Chairani Effendy*. Selaku Pembimbing Skripsi I.
9. Bapak *Drs. H. Dian Eka, MM*. Selaku Pembimbing Skripsi II.
10. Bapak *M. Welly Nailis, MM* yang telah banyak membantu pengolahan SPSS.
11. Seluruh Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
12. Pimpinan dan staf karyawan *Global English Language Center (GELC) Palembang* telah memberikan izin pada penulis untuk melakukan penelitian.

13. Staf pegawai FE UnSri, (*Mba' Nini, P' Tuter, K' Eka, K' In, K' Udin, K' Marno, K' Hendri, K' Adi*) thanks yah dah ngrepotin Xan smw....
14. Tim penyebar kuesioner (*Mr. Said, Mr. Charlie n Rico, Agunk*) dan juga 95 *Responden* yang telah memberikan waktu buat mengisi My Kuesioner, makasih yah...
15. Sahabat2 yang *always* mengiringi diriQ di sepanjang perjalanan hidupQ dari awal till akhir (I hope... ☺) :
- ↳ *Encha, Isa, Pu2t n Oci...* We *always* have a great times 2gether since we're in d'1st year of TK, haven't we?? .... ☺☺☺
- ↳ *Ndha n Nathalia...* Hari-hari yang takkan pernah terlupakan Jenk...☺☺☺
- ↳ *Zy, Sari, Noya n Elin...* Perbedaan dalam kebersamaan yg indah.... ☺☺☺
- Xan benar...aQ bisa dan Now aQ dapat membuktikan bahwa aQ juga mampu meraih gelar sarjanaQ...Thanks 4 d'time that We spend 2gether, when We're up & down, with all of that, We learn how 2 respect n support each other  
.....*Nothing gonna change our friendship, Jenk...*☺☺☺
16. *Rika* (What more can I say...I think u will b a good pyschiatrist someday, just look what u've done 2Me.), *Me2y* (Te2p semangat ngjalani tes wa2ncara na yak..), *Lydia* (Keep ur spirit jenk..), *Pink* (Kapan kawin????), *Niken* (Sang penasehat yang sll tegar, chayyooo...) na *Ratih* (Keep ur manja 2me...Wanna b my adek cewe????),,,, Jenk2, thanks 4 d'knowledge, sharing jokes & advise na slama nl... ☺☺☺
17. *Jhoe*.... My beloved source of music, makasih udah ngebenerin my Kompi n jg tes smw freak story na n traktirannya.... Makasih buat pengertian, perhatian n sharingnya. Thanks 4 everything.. What can I say now??..I lost 4 words that I think I spent them all on d'Phone...☺☺☺
18. *Ega*.... Thanks yak dah nementin my last day in la'Yo n cepetan oy skripsi na n juga jangan gila donk... Lets we find our true LekOnk... , ☺☺☺
19. *1883, Mabrora, Akaz*.... Thanks 4 d'invisible love story n invisible adventure-na yg bisa buat up mpe langit k-7 sXgus down ke dasar samudra...☺☺☺



20. Agus, (yg sll setia nemenin ngadep ke rumah mam...t? curhat hehe...kapan yak we hunter 2gether again??), Aan (my beloved lekong, now klihatan kan sape yg follow sape...), Cute (chayyoo bust rajutan na...), Anaz... (dont be pndic bu...)
21. March Members: *Yulia, Nurdia, Elfa, Hida, Dina, Eleo, Poso, Faizal, Hakim, Ryan, Echenk, Nunink, Dian, Rina, Esti, Cink2, Wi2n, Tika, Ida, Fiqi, Aik, Winda, Susi, Sarah, Ayu, Ta2, Vina, Micha.....* Akhirnya, wisuda datenk juga euy.... ☺☺
22. Anggota keluarga SE, yang sudah m'dahului : *Tante, Septa, Eliza, Na2, Hera, Maymon, Yeni, Anez, Neni, Brojo, Heny,....* Yang semangat nyari gwenyo oy...sken carikan Aq juga...hahahahaha.... ☺☺
23. Bwt yang blon m'dahului: *Vari, Gals, Sri, Dame, Fi2t, Nisya, Tini, Indah, Lia, Mba' Fanny, ma Rustam, Rudini, Yudhi, Adi, Adhit, Andika, Bank Jack, Wa2n, Ican, Ade, Seagit, Doni, Nedy (Mr. GubMa), Simon, David, Rudi, Alvi, Edi, Eza, Gondi, Ade, Efran, Ari M, Ari W, n Ikkal.....* Woy fren, begancank oy... tuo di layo ni terus.... ☺☺
24. My Brader's : *K'Ista, K'Yudi, K'Ari, K'Dayat, K'Mario (Ngareppp...), K'Teto, K'Yendi n K'Olan, Thanks deh jadi Nice Brader...*
25. Teman-teman seperjuangan di Manajemen FE UnSri Layo. Thanks atas persahabatan yang unik n kenangan yang indah selama lebih kurang 3,5 tahun... Dont forget me fren....Wherever U'relllll....Chayyoooo Mgtlllll.....
26. Semua orang yang telah datang dan pergi serta rela menorehkan beragam warna dalam kehidupanku...*Thanks 4 havng coloured my 21 years living... You made my life colorfull like a Rainbow..* ☺☺☺...

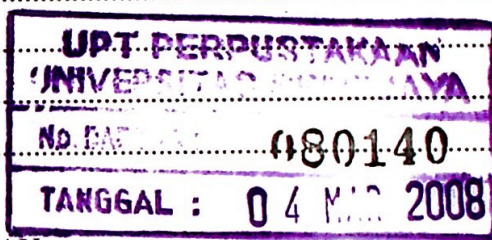
Semoga Allah S.W.T membalas budi baiknya dan berkah kepada kita semua, Amin.

Penulis,

Triyana Natasa

# DAFTAR ISI

	Halaman
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.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAKSI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	8
1.4. Metodologi Penelitian .....	9
1.4.1. Rancangan Penelitian .....	9
1.4.2. Populasi dan Sampel .....	9
1.4.3. Variabel Penelitian .....	10
1.4.3.1 Identifikasi Variabel .....	10
1.4.3.2 Batasan Operasional Variabel .....	12
1.4.3.3 Pengukuran Variabel .....	14
1.5.4. Instrumen Penelitian .....	14
1.5.5. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	14
1.6. Metode Analisis Data .....	16



## **BAB II STUDI PUSTAKA**

2.1. Landasan Teori.....	17
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	17
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	17
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran .....	18
2.1.2 Konsep Jasa .....	19
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa .....	22
2.1.4 Perilaku Konsumen .....	23
2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	30
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian .....	32

## **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	33
3.2. Struktur Organisasi GELC .....	35
3.3. Pembagian Tugas pada GELC .....	36
3.4. Kebijakan Bauran Pemasaran .....	41
3.4.1 Dimensi <i>Product</i> (Produk) .....	41
3.4.2 Dimensi <i>Price</i> (Biaya) .....	44
3.4.3 Dimensi <i>Place</i> (Tempat) .....	44
3.4.4 Dimensi <i>Promotion</i> (Promosi) .....	45
3.4.5 Dimensi <i>People</i> (Orang) .....	45
3.4.6 Dimensi <i>Process</i> (Proses) .....	47
3.4.7 Dimensi <i>Customer Service</i> (Layanan Konsumen) .....	49

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Akurasi Data .....	50
4.1.1 Uji Validitas .....	50
4.1.2 Uji Realibilitas .....	53
4.1.3 Uji Normalitas .....	54
4.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	55
4.2.1 Analisis Deskriptif Non Variabel .....	55

4.2.1.1 Profil Responden .....	55
4.2.1.1.1 Jenis Kelamin Responden .....	55
4.2.1.1.2 Usia Responden .....	56
4.2.1.1.3 Pendidikan Terakhir Responden .....	56
4.2.1.1.4 Profesi Responden .....	57
4.2.1.1.5 Level Belajar Responden .....	57
4.2.1.2 Perilaku Responden .....	58
4.2.1.2.1 Lama Kursus di GELC Palembang .....	58
4.2.1.2.2 Sumber Informasi GELC Palembang .....	58
4.2.1.2.3 Pihak yang Mempengaruhi responden untuk Memilih GELC Palembang.....	59
4.2.2 Analisis Deskriptif .....	60
4.3 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih GELC Palembang .....	61
4.3.1 Analisis KMO .....	61
4.3.2 Analisis Rotated Component Matrix <sup>a</sup> .....	63
4.4 Analisis Regresi .....	67
4.5 Analisis Korelasi antara Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dengan Keputusan Konsumen Memilih GELC Palembang .....	72

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran.....	76

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Lembaga bahasa Inggris di Palembang .....	5
Tabel 1.2 Jumlah Siswa GELC Tahun 2003-2006 .....	6
Tabel 2.1 Model Perilaku Pembeli .....	26
Tabel 2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen..	26
Tabel 3.1 Fasilitas-Fasilitas pada GELC .....	43
Tabel 3.2 Jumlah Karyawan GELC Berdasarkan Jabatan .....	47
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Utama .....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Utama .....	53
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden .....	55
Tabel 4.4 Usia Responden .....	56
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Responden .....	56
Tabel 4.6 Profesi Responden .....	57
Tabel 4.7 Level Belajar yang sedang Diikuti Responden .....	57
Tabel 4.8 Lama Mengikuti Kursus .....	58
Tabel 4.9 Sumber Informasi GELC .....	58
Tabel 4.10 Pihak yang Menentukan Memilih GELC.....	59
Tabel 4.11 Descriptive Statistics.....	60
Tabel 4.12 KMO and Bartlett's Test .....	61
Tabel 4.13 Anti Image Matrices dari Hasil Faktor Analysis .....	62
Tabel 4.14 Matrix dari Hasil <i>Factor Analysis</i> .....	63
Tabel 4.16 Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji F ( F Test ) .....	69

Tabel 4.18 Koefisien Regresi Berganda .....	70
Tabel 4.19 Korelasi antara Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dengan Keputusan Konsumen Memilih GELC Palembang .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Empat Karakteristik Jasa .....	21
Gambar 2.2 Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian .....	29
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian .....	32
Gambar 3.1 Struktur Organisasi GELC .....	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Variabel Utama .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Surat Pernyataan
Lampiran Kuesioner
Lampiran Output SPSS
Lampiran Agenda Konsultasi

# **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam memilih Global English Language Center (GELC) Palembang**

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Global English Language Center Palembang, dan (2) mengetahui faktor yang dominan berpengaruh pada keputusan konsumen dalam memilih Global English Language Center Palembang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian mengenai faktor analisis atas variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Global English Language Center (GELC) Palembang ini, berdasarkan hasil analisis faktor, ternyata dari 26 variabel diringkas menjadi 21 variabel, dan dikelompokkan menjadi 7 faktor dengan persentasi *total varian* sebesar 72.967%. Faktor-faktor tersebut adalah faktor *people* (tenaga pengajar), faktor *promotion* (promosi), faktor *facility* (fasilitas), faktor *environment*, faktor *guide book*, faktor *access & security*, dan faktor *customer service*. Faktor *people* (tenaga pengajar) merupakan faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih Global English Language Center (GELC) Palembang

Oleh karena itu, hendaknya pihak GELC Palembang harus memprioritaskan dan mempertahankan kualitas tenaga pengajar (faktor *people*) dengan melakukan berbagai training secara berkala dan dalam merekrut tenaga pengajar baru, pihak GELC Palembang harus mempunyai standarisasi tersendiri.

Kata Kunci : Faktor *People* dan Keputusan Konsumen



# **Analysis Factors that Influencing Consumer Decision in Choosing Global English Language Center (GELC) Palembang**

## **ABSTRACT**

The objectives of this research are (1) to know factors that influencing consumer behavior in choosing Global English Language Center Palembang, and (2) to know the most dominant factor that influence consumer decision choosing Global English Language Center Palembang.

The result of research indicate that research about factor analyse for variables of influencing consumer decision in choosing Global English Language Center (GELC) Palembang, according to result analyse factor, from 26 variable summarized to 21 variable, and grouped to 7 factor with percentage totalize variant is 72.967%. The factors are people (instructor), promotion, facility, environment, guide book, access & security, and customer service. People (instructor) is the most dominant factor to influence consumer decision in choosing Global English Language Center (GELC) Palembang.

Therefore, shall management of GELC Palembang have to priority and defend quality of instructor (people factor) by doing various periodical training and in recruiting new instructor, management of GELC Palembang have to own standardize.

**Keyword : People Factor And Consumer Decision**

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan perekonomian dunia telah mencapai situasi dimana persaingan telah menjadi menu sehari-hari yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis di setiap sektor kegiatan ekonomi. Fenomena ini tidak hanya terjadi di belahan dunia yang telah mapan perekonomiannya, tetapi juga terjadi di negara-negara berkembang yang secara perlahan tapi pasti, mulai memperlihatkan taring perekonomiannya. Demikian juga dengan kondisi perekonomian di Indonesia. Meningkatnya kondisi perekonomian masyarakat Indonesia telah mengakibatkan bermunculannya industri yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan setiap konsumen, baik dalam bentuk barang maupun jasa.<sup>1</sup>

Dalam menghadapi era globalisasi, bangsa Indonesia dituntut segera mempersiapkan diri dalam mengantisipasi persaingan global serta berbagai bentuk dinamika ekonomi multi dimensi, agar tetap dapat menjadi tuan rumah di negara sendiri. Hal ini bisa dicapai dengan usaha sendiri ataupun dengan cara mengadakan kerjasama dengan negara lain.

Sebuah kerjasama dapat terwujud apabila terdapat suatu kesamaan dan kesamaan tersebut dapat bermacam-macam bentuknya, antara lain : kesamaan pandangan, kesamaan pedoman, kesamaan tujuan, dan kesamaan budaya. Agar kerjasama dapat berjalan dengan lancar diperlukan komunikasi dua arah antara negara yang satu dengan negara lainnya.

---

<sup>1</sup> Budiarto Subroto dan Yoyok Priyowiwoho, *Analisis Perilaku Konsumen sebagai dasar Pertimbangan Kebijakan Periklanan*, Kasus: Produk Pasta Gigi, Usahawan no. 01 Th XXVII Januari, 1998, Hal. 40

Salah satu bentuk kesamaan tersebut dapat berwujud kesamaan bahasa. Pada dasarnya bahasa adalah alat untuk menyampaikan gagasan, pikiran, pendapat dan perasaan. Bahasa Inggris adalah bahasa asing pertama yang dianggap penting untuk tujuan penyerapan dan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya, serta pembinaan hubungan dengan bangsa-bangsa lain.<sup>2</sup> Bahasa tersebut mendominasi proses saling menyampaikan pesan pertukaran gagasan, perundingan, alih teknologi pemasaran dan sebagainya yang menyangkut kedua belah pihak.

Bahasa Inggris adalah salah satu bahasa internasional yang dipakai oleh hampir seluruh negara di dunia untuk berkomunikasi. Bahasa tersebut dipergunakan secara internasional dalam berbagai bentuk hubungan, yaitu meliputi; hubungan ekonomi, hubungan politik, hubungan sosial, hubungan budaya, hubungan keamanan dan lain-lain. Bahasa tersebut telah menghapus perbedaan antar negara, masyarakat dan individu sehingga suatu kerjasama yang diharapkan dapat terwujud. Disinilah peranan bahasa Inggris diperlukan, yaitu sebagai alat komunikasi antar bangsa sehingga semua kegiatan dan hubungan yang terjalin antar negara akan berjalan lancar.

Kemajuan dalam berbagai bidang kehidupan telah dirasakan oleh bangsa Indonesia. Beberapa kemajuan tersebut adalah kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, terutama teknologi informasi dimana teknologi tersebut menggunakan bahasa Inggris sebagai media komunikasinya.

Ada banyak alasan penting mengapa negara kita harus belajar bahasa asing khususnya bahasa Inggris, diantaranya adalah dengan belajar bahasa asing kita

---

<sup>2</sup> Artono Wardiman dan Nan Sobariah Hadi, *Penuntun Belajar Bahasa Inggris 3, berdasarkan kurikulum SMU 1994 untuk kelas III caturwulan 1, 2, dan 3*, Ganeca Exact, Bandung, 1996, Hal iii

dapat meningkatkan jangkauan dalam berkomunikasi. Kita bisa berkomunikasi dengan orang dari negara lain atau belahan bumi lain dengan lancar. Dengan belajar bahasa asing kita akan mendapatkan ilmu pengetahuan dari adat istiadat cara berfikir, berbicara, bertindak atau bertingkah laku serta cara hidup orang dari negara lain. Belajar bahasa asing juga dapat menambah pengetahuan serta dapat menjadi kunci yang akan membuka informasi-informasi baru atau terkini tentang apa yang terjadi saat ini karena banyak literatur yang masih menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar.

Selain itu juga, kita sebagai Bangsa Indonesia, dituntut untuk bisa berkomunikasi dalam bahasa Inggris, setidaknya secara pasif, agar bangsa Indonesia memiliki sumber daya yang mampu berkomunikasi dan bisa bersaing dengan sumber daya dari negara lain.

Dalam mewujudkan tujuan tersebut, pemerintah dalam hal ini Departemen Pendidikan Nasional memasukkan pelajaran bahasa Inggris ke dalam kurikulum untuk diajarkan kepada para pelajar dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Umum (SMU) sampai Perguruan Tinggi (PT). Walaupun pelajaran bahasa Inggris sudah dimasukkan kedalam kurikulum sekolah tetapi dalam prakteknya pelajaran bahasa Inggris ini masih sangat sulit untuk dipahami dan dimengerti oleh sebagian besar pelajar dan mahasiswa.

Salah satu kendala dalam mempelajari bahasa Inggris di sekolah adalah karena keterbatasan waktu yang disediakan untuk mempelajarinya di sekolah. Para pelajar di Sekolah Menengah Umum misalnya, hanya dapat mempelajari bahasa Inggris dalam waktu 5 jam dalam 1 minggu, sedangkan mahasiswa di Perguruan Tinggi hanya memperoleh 3 sks untuk mata kuliah bahasa Inggris.

Artinya dalam waktu 5 tahun masa kuliahnya seorang mahasiswa hanya mendapatkan waktu 60 jam untuk belajar bahasa Inggris.

Sehubungan dengan hal-hal yang tersebut diatas, kita bisa mengetahui betapa pentingnya menguasai bahasa asing terutama bahasa Inggris. Keadaan ini menimbulkan peluang pasar bagi hadirnya lembaga-lembaga bahasa Inggris untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan bahasa Inggris, sehingga dalam perkembangannya banyak bermunculan lembaga-lembaga bahasa Inggris.

Sebagai akibat dari menjamurnya lembaga-lembaga bahasa Inggris ini menimbulkan persaingan yang ketat diantara lembaga-lembaga bahasa Inggris tersebut. Hal ini dikarenakan setiap lembaga berusaha menawarkan kelebihan yang dimilikinya masing-masing. Semua ini bertujuan untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen menjadi terpengaruh dan akhirnya mau bergabung dengan lembaga tersebut. Setiap lembaga bahasa Inggris dituntut untuk bisa menerapkan strategi yang tepat untuk bisa bersaing di pasar, yaitu strategi pemasaran untuk dapat memenuhi keinginan konsumen dan menghadapi persaingan antar sesama lembaga bahasa Inggris.

Berdasarkan data dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa banyak terdapat lembaga-lembaga/tempat-tempat kursus yang menawarkan jasa pendidikan bahasa Inggris di Palembang. Banyaknya tempat yang menawarkan jasa pendidikan ini berarti semakin besarlah pilihan bagi konsumen untuk menentukan dimana tempat mengikuti program pendidikan bahasa Inggris.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Lembaga bahasa Inggris di Palembang**

No.	NAMA LEMBAGA	LOKASI
1	Alfa Prima English Course	Jl. Jend.Sudirman No.628
2	Brotherhood English Course	Jl. Jend.Sudirman No.3130
3	Budiwijaya English Language Center	Jl. Jaya No.12 Plaju
4	Englih First (EF)	Jl. Cendrawasih No.28
5	Global English Language Center (GELC)	Jl. Demang Lebar Daun No.43
6	Gloria English Course	Jl. Merdeka No.45
7	Intensive English Course (IEC)	Jl. Letkol Iskandar No.20
8	Lembaga Bahasa LIA	Jl. Jend.Sudirman No.2953
9	Lembaga Bahasa UNSRI	Jl. Srijaya Negara
10	Liberty English Course	Jl. Veteran No.772
11	Shailendra Institute Palembang	Jl. Dempo No.453

*Sumber: Data primer tahun 2007*

Salah satu lembaga pendidikan bahasa Inggris dikota Palembang yang juga menjadi objek dari penelitian ini adalah Global English Language Center Palembang yang beralamat di Jalan Demang Lebar Daun No.43 Palembang. Lembaga pendidikan ini menawarkan beberapa macam program/tingkatan yaitu :

1. *General Conversation* (level 1-2), program ini membimbing peserta untuk belajar bahasa Inggris secara umum dari tingkat permulaan dengan penekanan pada percakapan (*Conversation Based*).
2. *English Conversation* (level 3-4), program ini memberikan kemampuan lanjutan untuk berkomunikasi dalam bahasa Inggris secara aktif dengan penekanan pada *speaking, listening* dan *vocabulary*.
3. *Advanced Conversation* (level 5-6), program ini memberikan kemampuan untuk bisa mengemukakan pendapat dan berargumentasi dalam suatu diskusi dengan penekanan pada *reading skill* dan *vocabulary*.
4. *Business Conversation*, program ini dirancang untuk membimbing siswa dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris di lingkungan bisnis,

mulai dari penulisan laporan, presentasi bisnis, pembicaraan telepon hingga etiket bersosialisasi.

Global English Language Center Palembang adalah satu-satunya lembaga bahasa Inggris di Indonesia yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti lapangan golf, cafe, bar, billyard dll, sehingga siswa benar-benar merasakan kenyamanan *English Atmosphere* dalam nuansa alami layaknya di taman rekreasi. Selain itu dalam satu kelas hanya 8 siswa dan diasuh langsung oleh 2 tutor. Dengan motto *Study Once Study Forever*, siswa masih bisa belajar dan mengikuti kegiatan di GELC meskipun telah menyelesaikan study. Sertifikat pun disahkan oleh Departemen Pendidikan Nasional RI dan diakui di seluruh Indonesia.

Sebagai salah satu lembaga yang menyediakan jasa kursus bahasa Inggris yang berkembang cukup besar selama 4 tahun terakhir, ini terlihat dari penambahan jumlah siswa seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Siswa GELC Tahun 2003-2006**

Tahun	Jumlah Siswa
2003	978
2004	912
2005	1053
2006	1157

Sumber: GELC tahun 2007

Dengan melihat data dari tabel 1.2, dapat diketahui bahwa Global English Language Center Palembang adalah lembaga pendidikan bahasa Inggris yang cukup pesat dengan jumlah siswa yang cukup banyak, tetapi meskipun begitu Global English Language Center Palembang tetap tidak terhindar dari masalah yang berkaitan.

Meraih dan merebut hati konsumen merupakan suatu tantangan yang tidak mudah bagi setiap pelaku bisnis dalam situasi persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu ketepatan dalam menentukan strategi pemasaran sangat penting dalam menjangkau dan mempertahankan konsumen untuk keberhasilan dan kemajuan bisnis suatu perusahaan. Karena pemasaran bukan sekedar menjual tetapi juga memperhatikan apa yang diinginkan konsumen. Sehingga diharapkan tidak hanya terampil dalam meraih hati konsumen tetapi juga harus bisa mempertahankannya, karena apabila konsumennya beralih sebelum waktunya, maka Global English Language Center Palembang akan kehilangan keuntungan yang seharusnya masih bisa mereka dapatkan.

Untuk menyusun strategi yang tepat dalam menarik minat konsumen dibutuhkan informasi tentang konsumen terutama perilakunya dalam mengambil keputusan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumen, yang dituangkan dalam skripsi dengan judul : **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH GLOBAL ENGLISH LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG”**.



## **1.2. Perumusan Masalah**

Masalah yang akan diteliti berdasarkan uraian diatas yaitu:

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Global English Language Center Palembang sebagai tempat kursus ?
2. Faktor apa yang dominan berpengaruh pada keputusan konsumen memilih Global English Language Center Palembang sebagai tempat kursus ?

## **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Global English Language Center Palembang.
2. Untuk mengetahui faktor apa yang dominan berpengaruh pada keputusan konsumen memilih Global English Language Center Palembang.

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi Global English Language Center Palembang dalam mengambil keputusan dimasa yang akan datang.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kepustakaan, serta dapat digunakan sebagai informasi untuk penelitian lebih lanjut dan/atau bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian yang sejenis.

## 1.4 Metodologi Penelitian

### 1.4.1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan riset konklusif yaitu desain riset kausal yang bertujuan untuk menggunakan 2 variabel spesifik yang menjadi variabel pengaruh (variabel independent) dan variabel terpengaruh (variabel dependent) untuk mengetahui hubungan dan keterkaitan variabel tersebut.

### 1.4.2. Populasi dan Sampel

#### Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus.<sup>3</sup>

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa yang sedang mengikuti kursus bahasa Inggris di Global English Language Center Palembang pada saat penelitian ini dilakukan berjumlah 1747 orang berdasarkan tabel 1.2.

#### Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.<sup>4</sup>

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan di ambil dengan menggunakan metode *non-probability sampling* (setiap unsur dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel) berupa

---

<sup>3</sup> Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002, Hal.79

<sup>4</sup> Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, *Ibid*, Hal.80

*Convenience Sampling* (sampel dipilih dari orang yang paling mudah di jumpai atau di akses), dengan memakai rumus Slovin (1960) yang dikutip dari Sevilla (1994) sebagai berikut :<sup>5</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

dimana,

n: Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e: Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir/diinginkan

Dalam penelitian ini e ditentukan sebesar 10%, maka besar sampel :

$$n = \frac{1747}{1 + 1747 (0.1)^2} = \frac{1747}{1 + 17,47} = 94,58 = 95 \text{ orang.}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang diambil untuk data yang di analisis adalah sebanyak 95 orang atau responden.

### 1.4.3. Variabel penelitian

#### 1.4.3.1. Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Variabel dependent (Y), yaitu keputusan konsumen dalam memilih kursus bahasa Inggris di Global English Language Center Palembang.

---

<sup>5</sup> Husein Umar, *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997, Hal.49

- Variabel independent (*X*), yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih kursus bahasa Inggris di Global English Language Center Palembang berupa :
- *X*<sub>1</sub> : *Product* (produk) adalah materi/program pendidikan yang ditawarkan serta sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan belajar di Global English Language Center Palembang.
  - *X*<sub>2</sub> : *Price* (harga) atau biaya pendidikan adalah nilai nominal yang ditawarkan pihak Global English Language Center Palembang bagi pemakai jasa lembaga pendidikan bahasa Inggris.
  - *X*<sub>3</sub> : *Place* (tempat) atau lokasi adalah tempat dilaksanakannya proses belajar mengajar yaitu Global English Language Center Palembang.
  - *X*<sub>4</sub> : *Promotion* (promosi) adalah program komunikasi pihak Global English Language Center Palembang dengan masyarakat melalui beberapa media.
  - *X*<sub>5</sub> : *People* (orang) adalah mutu dan pengalaman pengajar di Global English Language Center Palembang.
  - *X*<sub>6</sub> : *Process* (proses) adalah seluruh prosedur, mekanisme dan kebiasaan yang disampaikan kepada siswa Global English Language Center Palembang.
  - *X*<sub>7</sub> : *Customer Service* (layanan konsumen) adalah tingkat *service*/pelayanan yang diberikan kepada siswa Global English Language Center Palembang.

#### 1.4.3.2. Batasan Operasional Variabel

Agar tidak terjadi perbedaan pandangan dalam mendefinisikan variabel-variabel yang akan dianalisis maka perlu diberikan batasan operasional dari variabel-variabel tersebut.

Batasan operasional analisis yang mempengaruhi keputusan konsumen Global English Language Center Palembang adalah:

##### 1. Variabel *Product* (produk)

Terdiri dari variabel-variabel berikut :

- Materi yang diberikan
- Buku panduan (*guide book*)
- Kipas Angin
- Mushola
- Ruang Tunggu
- WC
- Tempat Parkir

##### 2. Variabel *Price* (harga)

Terdiri dari variabel-variabel berikut :

- Biaya Pendaftaran
- Biaya bimbingan
- Discount khusus

##### 3. Variabel *Place* (tempat)

Terdiri dari variabel-variabel berikut :

- Lokasi tempat kursus
- Kondisi ruang kelas

- Kebersihan tempat kursus

- Keamanan tempat kursus

4. Variabel *Promotion* (promosi)

Terdiri dari variabel-variabel berikut :

- Promosi melalui brosur

- Promosi melalui spanduk

- Promosi melalui TV

- Promosi melalui radio

- Promosi melalui koran

5. Variabel *People* (orang)

Terdiri dari variabel-variabel berikut :

- Penguasaan materi oleh tenaga pengajar

- Tingkat pendidikan dan pengalaman tenaga pengajar

6. Variabel *Process* (proses)

Terdiri dari variabel-variabel berikut :

- Keaktifan tenaga pengajar dalam proses belajar mengajar

- Proses administrasi (pembayaran)

7. Variabel *Customer Service* (layanan konsumen)

Terdiri dari variabel-variabel berikut :

- Pelayanan tenaga administrasi

- Tanggapan tenaga pengajar terhadap keluhan siswa

- Kemauan tenaga pengajar untuk membantu kesulitan siswa

#### 1.4.3.3. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang disusun dengan menggunakan skala yang bersifat ordinal dengan metode Skala *Likert* yang pengukurannya menggunakan 5 tingkatan, yaitu :

1. Tidak Baik
2. Kurang Baik
3. Cukup Baik
4. Baik
5. Sangat Baik

#### 1.4.4. Instrument Penelitian

Instrument penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner yang diisi oleh siswa Global English Language Center Palembang. Kuesioner merupakan suatu daftar yang berisi serangkaian pertanyaan tentang sesuatu hal atau suatu bidang.<sup>6</sup>

#### 1.4.5. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.<sup>7</sup>

Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah kuesioner dengan pertanyaan-pertanyaan mengenai profil responden dan pendapat responden tentang Global English Language Center Palembang.

---

<sup>6</sup> Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, Op.cit, Hal.71

<sup>7</sup> Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, Ibid, Hal.59

## b. Data Sekunder

yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.<sup>8</sup>

Data sekunder dalam penelitian ini berupa sumber-sumber tertulis dari Global English Language Center Palembang dan penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang berhubungan dengan perilaku konsumen.

Teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian ini sebagai berikut :

### 1. Observasi

Yaitu pengamatan langsung ke objek penelitian dengan mencatat secara sistematis data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, peneliti mengadakan observasi ke Global English Language Center Palembang seperti perilaku siswa pada saat pergantian jam belajar, ruang kelas, perilaku pengajar menghadapi siswa.

### 2. Wawancara (*interview*)

Yaitu wawancara langsung dengan pimpinan Global English Language Center Palembang beserta staf-stafnya yang bertujuan untuk memperoleh informasi data yang diperlukan serta dari para responden.

### 3. Kuesioner

Dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada siswa Global English Language Center Palembang, dimana daftar pertanyaan yang disusun rapi dan objektif agar jelas bagi responden.

---

<sup>8</sup> Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, Loc.cit.



#### 4. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan untuk mendapatkan data sekunder, melalui buku-buku, tulisan-tulisan ilmiah serta literatur-literatur pemasaran yang berhubungan dengan manajemen pemasaran terutama manajemen pemasaran jasa yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

##### 1.4.6. Metode Analisa Data

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

###### 1. Analisis kualitatif

Adalah analisa fakta-fakta yang ada dan tidak dapat diuraikan dalam bentuk angka-angka. Dengan kata lain memberikan penjelasan secara deskriptif terhadap hasil-hasil yang diperoleh dari analisa kuantitatif.

###### 2. Analisis kuantitatif

Dengan menggunakan *statistik deskriptif* yang terdiri dari *Frequencies* (menghasilkan tabel frekuensi dengan menampilkan frekuensi tiap nilai dan persentasenya), *Descriptive* (menampilkan ukuran deskriptif seperti *mean* dan *standard deviasi*), analisis regresi, analisis korelasi dan *Factor Analysis* untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih Global English Language Center Palembang.

Alat bantu yang digunakan untuk mengolah data hasil kuesioner yang telah disebar ke responden (siswa Global English Language Center Palembang), adalah aplikasi statistik SPSS (*Statistical Package for Social Science*) for Windows Versi 13.00.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Alfabeta, Bandung, 2000.
- Febrianti, Heni, *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pemilihan Lembaga Pendidikan Komputer Dinamika Palembang*, Skripsi FE UNSRI, Inderalaya, 2000.
- Findry, R.A., *Analisa Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan pada Pembelian Produk Kosmetik Merek Avon di Sumatera Selatan*, Skripsi FE UNSRI, Inderalaya, 2001.
- Hidayat, Agung, *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pemilihan Kursus Bahasa Inggris pada Lembaga bahasa LIA Khususnya Conversation Class*, Skripsi FE UNSRI, Inderalaya, 2005.
- J.Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, Prenada Media, Jakarta, 2003.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid 1, PT.Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millennium, Jilid 2, PT.Prenhallindo, Jakarta, 2002.
- Lupioyadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktis*, Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Natalisa, Diah, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dalam Penelitian*, UNSRI, Palembang, 2007.
- Nugroho.J.Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Prenada Media, Jakarta, 2003.
- Peter, J.Paul & Jerry C.Olson, *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* Edisi 4, Erlangga, Jakarta, 2000.
- Pride, W.M.dan O.C.Ferrel, *Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari-hari*, Edisi Ketujuh, Jilid 1, Binapura Aksara, 1995.
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002.
- Subroto, Budianto dan Yoyok Priyowiwoho, *Analisis Perilaku Konsumen sebagai dasarPertimbangan Kebijakan Periklanan*, Kasus: Produk Pasta Gigi, Usahawan No. 01 Th XXVII Januari, 1998.

Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2003.

Umar, Husein, *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997.

Wardiman' Artono dan Nan Sobariah Hadi, *Penuntun Belajar Bahasa Inggris 3*, berdasarkan kurikulum SMU 1994 untuk kelas III caturwulan 1, 2, dan 3, Ganeca Exact, Bandung, 1996.

Wiliam J.Staton, *Prinsip Pemasaran* Edisi 7 Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 1996.

Winardi, *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Mandar Jaya, Bandung, 1991.