

**PERAN KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA BATIK  
TULIS GRIYO BATIK BROTOSENO SRAGEN**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi strata I pada  
Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

**Oleh :**

**RIZA PRADANA MAHKOTA FILIH**

**A210217083**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PERAN KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP  
PENINGKATAN PENJUALAN PADA BATIK TULIS GRIYO  
BATIK BROTOSENO SRAGEN**

**PUBLIKASI ILMIAH**

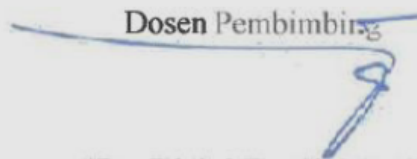
**Oleh:**

**RIZA PRADANA MAHKOTA FILIH**

**A210217083**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



**(Dr. Djalal Fuadi, MM.)**

**NIDN. 06.2304 5801**

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP  
PENINGKATAN PENJUALAN PADA BATIK TULIS GRIYO  
BATIK BROTOSENO SRAGEN

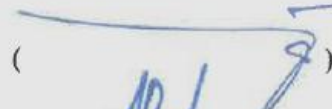


Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Riza Pradana Mahkota Filih**  
A210217083

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada hari Sabtu, 29 Januari 2022  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Djalal Fuadi, M.M  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Suranto, S.Pd, M.Pd  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dhany Efita Sari, S. Pd, M.Pd  
(Anggota II Dewan Penguji)

()  
()  
()

Surakarta, 29 Januari 2022

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



1961993031001  
Dekan, Pratama, M.Pd.,

NIL. 1961993031001

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 29 Januari 2022

Penulis



**RIZA PRADANA MAHKOTA FILIH**

A210217083

# **PERAN KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA BATIK TULIS GRIYO BATIK BROTOSENO SRAGEN**

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap peningkatan penjualan pada Batik Tulis Griyo Batik Brotoseno Sragen. Metode penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasinya adalah seluruh karyawan pada batik tulis Brotoseno Sragen yang sebanyak 200 responden. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik sampling yaitu non-probability sampling. Alat analisis regresi berganda, Uji t (Uji Parsial), Uji F (Uji Secara Serempak) dan Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) serta Sumbangan Relati (SR) dan Sumbangan Efektif (SE) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Penjualan pada Konsumen Batik Tulis Brotoseno Sragen. Hasil hitung pengaruh desain produk terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penjualan konsumen. Sedangkan uji F menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Penjualan secara bersama-sama. Hasil hitung uji  $R^2 = 0,492$ , ini dapat diartikan bahwa 49,2% perubahan/variasi Y (Peningkatan Penjualan) dikarenakan oleh adanya perubahan/variasi variabel X (Kualitas Produk dan Desain Produk) sedangkan 50,8% dipengaruhi variabel selain itu dikarenakan oleh adanya perubahan variabel lain yang tidak masuk dalam model lain dan sebagainya. Sumbangan Relatif hasil perhitungan SR Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 65% dan Desain Produk ( $X_2$ ) sebesar 35%. Sedangkan Sumbangan Efektif (SE) untuk Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 31,75% dan Desain Produk ( $X_2$ ) sebesar 17,45%.

**Kata Kunci :** kualitas produk, desain produk dan peningkatan penjualan

## **Abstract**

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and product design on increasing sales of Batik Tulis Griyo Batik Brotoseno Sragen. The research method uses quantitative research. The population is all employees of Brotoseno Sragen batik whose number is not known with certainty. The sample used is 100 respondents with a sampling technique that is non-probability sampling. Multiple regression analysis tools, t test (partial test), F test (simultaneous test) and coefficient of determination test ( $R^2$ ) as well as relative contribution (SR) and effective contribution (SE). The result of the research shows that the variable of product quality has a significant effect on the increase in sales to the consumers of Batik Tulis Brotoseno Sragen. Product design variables have a significant effect on increasing consumer sales. While the F test shows that Product Quality and Product Design have a significant effect on

increasing sales together. From these results, it can be concluded that there is an effect of Product Quality and Product Design on the Increase of Sales of Batik Tulis Brotseno Sragen products.

**Keywords:** product quality, product design and sales improvement

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan zaman sekarang telah berkembang dengan sangat pesat dan mengalami perubahan secara terus-menerus. Salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup masyarakat dimana hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang sekarang terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek, produk, dan Desain produk serta harga yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga pelanggan memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang pelanggan inginkan.

Pembeli adalah individu atau organisasi dalam mendapatkan barang atau jasa terlebih dahulu mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhi barang dan jasa tersebut serta biasanya pembelian dilakukan dengan alat tukar uang (Lupiyoadi, 2011). Peningkatan penjualan adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana pelanggan membeli suatu barang atau jasa (Suryani, 2014). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan pelanggan adalah Kualitas Produk, Pelanggan saat ini juga sangat kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Kualitas produk merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk jasa dalam memperagakan fungsinya, yang termasuk dalam keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk dan atribut produk lainnya (Buchari, 2011).

Kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan atau dengan kata lain produk tersebut memberikan manfaat

sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan (Saladin, 2013). Hal ini akan menarik minat pelanggan untuk membeli produk tersebut serta memberikan citra yang baik bagi. Kualitas yang ditawarkan oleh produk batik semakin baik mengakibatkan makin tinggi pula kepercayaan merek produk batik di mata pelanggan, sebab pelanggan merasa produk tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan. Hasil penelitian Firmansyah (2018) menyatakan bahwa .kualitas produk dan desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan batik tulis Jetis Sidoarjo. Penelitian ini juga didukung Rohmah (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan produk

Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk tertentu menurut yang diisyaratkan dari segi kebutuhan pelanggan (Kotler, 2015). Desain produk batik saat ini sangat beraneka ragam, mengingat berkembangnya kebutuhan pelanggan yang beraneka ragam terhadap desain produk. Strategi ini berkaitan dengan tingkat standarisasi produk. Perusahaan memiliki tiga pilihan strategi, yaitu strategi dasar, *customized product* (produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tertentu), dan produk standar dengan modifikasi. Hasil penelitian Firmansyah (2018) menyatakan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan batik tulis Jetis Sidoarjo. Hasil ini juga didukung penelitian Wicaksono, Sumarsono dan Santoso (2019) yang menyatakan bahwa Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan Produk Batik Mukti Rahayu.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Batik Tulis Brotoseno Sragen tahun 2018-2019 mengalami perkembangan penjualan tetapi pada tahun ini mengalami penurunan disebabkan karena ada pandemi Covid 19, pada masa pandemi ini kesulitan memasarkan produk. Pada masa Covid-19 memiliki dampak yang besar untuk kelangsungan pengusaha para pemegang usaha dikarenakan tahun 2020 dianggap sebagai tahun yang membuat ekonomi mengalami suatu guncangan, dimana diawali dengan munculnya virus covid-19 yang kemudian diputuskan oleh badan kesehatan Dunia (WHO) kondisi ini menjadai pandemi global, karena

hampir seluruh dunia mengalami pandemi dengan tingkatan yang berbeda-beda sehingga semua sektor kehidupan mengalami penurunan dalam pergerakannya terutama di bidang usaha produksi Batik Tulis Brotoseno Sragen. Perusahaan Brotoseno Sragen menerapkan strategi dalam usaha menarik para pelanggan untuk melakukan pembelian. Strategi pemasaran ini memperhatikan kualitas produk batik, harga yang terjangkau pelanggan dan desain produk yang menarik pelanggan. Peneliti untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi menggunakan metode pengumpulan data dengan Penelitian untuk mengetahui Perusahaan Brotoseno Sragen dilakukan secara penyebaran kuesioner melalui *google form* karena untuk menjaga agar tidak terjadinya penyebaran virus.

## **2. METODE**

Jenis penelitian yang dipilih selalu dikaitkan dengan masalah dan tujuan penelitian yang di harapkan. Penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif untuk menguji secara sistematis suatu keadaan yaitu pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap peningkatan penjualan pada Produk Batik Tulis Brotoseno Sragen. Populasinya adalah seluruh karyawan pada batik tulis Brotoseno Sragen yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik sampling yaitu *non-probability sampling*. Alat analisis berganda, Uji t (Uji Parsial), Uji F (Uji Secara Serempak) dan Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ), Sumbangan Relati (SR) dan Sumbangan Efektif (SE).

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian akan membahas tentang pengaruh dari Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Peningkatan Penjualan. Penelitian ini untuk membuktikan permasalahan tersebut dengan menggunakan beberapa alat analisis data terutama analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Peningkatan Penjualan menggunakan program SPSS V.21.00. Hasil pengolahan data program SPSS V.21.00 dapat disajikan yaitu:



Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Berganda

Keterangan	B	t	Sig.
(Constant)	1,415		
Kualitas Produk	0,484	5,678	0,000
Desain Produk	0,108	3,572	0,001

Sumber: Hasil pengelolaan data SPSS versi 21.00

Dari hasil tersebut, maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,415 + 0,484X_1 + 0,108X_2 \dots\dots\dots (1)$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas memberikan keterangan sebagai berikut:

$a = 1,415$ , Dari hasil tersebut menunjukkan Kualitas Produk dan Desain Produk mempunyai pengaruh terhadap Peningkatan Penjualan sebesar 1,415.

$b_1 = 0,484$ , Dari hasil tersebut menunjukkan pengaruh positif yaitu apabila Kualitas Produk semakin meningkat maka mengakibatkan Peningkatan Penjualan meningkat sebesar 0,484.

$b_2 = 0,442$ , Dari hasil tersebut menunjukkan pengaruh positif yaitu apabila Desain Produk semakin meningkat maka mengakibatkan Peningkatan Penjualan meningkat sebesar 1,442.

Penelitian ini menggunakan uji t dengan tujuan untuk menguji keberartian variabel independen (Kualitas Produk dan Desain Produk) secara individu terhadap variabel dependen (Peningkatan Penjualan) adalah: pengaruh Kualitas Produk terhadap Peningkatan Penjualan pada Konsumen Batik Tulis Brotoseno Sragen. Hasil dari  $t_{hitung} = 5,678 > t_{tabel} = 1,985$ , sehingga ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Peningkatan Penjualan. Pengujian tersebut membuktikan hipotesis 1 yang menyatakan “Ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Peningkatan Penjualan pada Konsumen Batik Tulis Brotoseno Sragen” terbukti kebenarannya.

Hasil hitung pengaruh desain produk terhadap peningkatan penjualan konsumen Batik Tulis Brotoseno Sragen, menunjukkan hasil dari  $t_{hitung} = 3,572 > t_{tabel} = 1,985$ , sehingga ada pengaruh yang signifikan Desain Produk terhadap Peningkatan Penjualan. Pengujian tersebut membuktikan hipotesis 2

yang menyatakan “Ada pengaruh Desain Produk terhadap Peningkatan Penjualan Konsumen Batik Tulis Brotoseno Sragen” terbukti kebenarannya.

Penelitian ini juga untuk membuktikan hipotesis dengan menggunakan uji F dengan tujuan untuk Kualitas Produk dan Desain Produk mempunyai pengaruh terhadap Peningkatan Penjualan secara bersama-sama (signifikan). Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa  $F_{hitung} = 46,896 > F_{tabel} = 3,090$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Desain Produk ( $X_2$ ) terhadap Peningkatan Penjualan. Pengujian tersebut membuktikan “Ada pengaruh Kualitas Produk belajar dan Desain Produk terhadap Peningkatan Penjualan Konsumen Batik Tulis Brotoseno Sragen”.

Dari hasil perhitungan komputer program SPSS versi 21.00 diperoleh diperoleh  $R^2 = 0,492$ , ini dapat diartikan bahwa 49,2% perubahan/variasi Y (Peningkatan Penjualan) dikarenakan oleh adanya perubahan/variasi variabel X (Kualitas Produk dan Desain Produk) sedangkan 50,8% dipengaruhi variabel selain itu dikarenakan oleh adanya perubahan variabel lain yang tidak masuk dalam model lain dan sebagainya. Sumbangan Relatif hasil perhitungan SR Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 65% dan Desain Produk ( $X_2$ ) sebesar 35%. Sedangkan Sumbangan Efektif (SE) untuk Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 31,75% dan Desain Produk ( $X_2$ ) sebesar 17,45%.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap hasil belajar dibuktikan dengan Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 5,678 > t_{tabel} = 1,985$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Peningkatan Penjualan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang menyatakan “Ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Peningkatan Penjualan pada Konsumen Batik Tulis Brotoseno Sragen ” terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian Hasil penelitian Firmansyah (2018) menyatakan bahwa .kualitas produk dan desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan batik tulis Jetis Sidoarjo. Penelitian ini juga didukung Rohmah (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan produk

Kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan atau dengan kata lain produk tersebut memberikan manfaat sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan (Saladin, 2013). Hal ini akan menarik minat pelanggan untuk membeli produk tersebut serta memberikan citra yang baik bagi. Kualitas yang ditawarkan oleh produk batik semakin baik mengakibatkan makin tinggi pula kepercayaan merek produk batik di mata pelanggan, sebab pelanggan merasa produk tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Desain Produk terhadap hasil belajar dibuktikan dengan hasil dari  $t_{hitung} = 3,572 > t_{tabel} = 1,985$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Desain Produk terhadap Peningkatan Penjualan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan “Ada pengaruh Desain Produk terhadap Peningkatan Penjualan Konsumen Batik Tulis Brotoseno Sragen” terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian oleh Hasil penelitian Firmansyah (2018) menyatakan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan batik tulis Jetis Sidoarjo. Hasil ini juga didukung penelitian Wicaksono, Sumarsono dan Santoso (2019) yang menyatakan bahwa Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan Produk Batik Mukti Rahayu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh terhadap hasil belajar konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Desain Produk di Batik Tulis Brotoseno Sragen berpengaruh terhadap hasil belajar konsumennya. Sesuai dengan keadaan di Batik Tulis Brotoseno Sragen bahwa Batik Tulis Brotoseno Sragen.

Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk tertentu menurut yang diisyaratkan dari segi kebutuhan pelanggan. Desain produk batik saat ini sangat beraneka ragam, mengingat berkembangnya kebutuhan pelanggan yang beraneka ragam terhadap desain produk. Strategi ini berkaitan dengan tingkat standarisasi produk. Perusahaan memiliki tiga pilihan strategi, yaitu strategi dasar, *customized product* (produk

disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tertentu), dan produk standar dengan modifikasi.

#### **4. PENUTUP**

Hasil analisis data yang dapat disampaikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Penjualan produk pada Batik Tulis Brotoseno Sragen. Desain Produk berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penjualan produk Batik Tulis Brotoseno Sragen. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan produk Batik Tulis Brotoseno Sragen. Implikasi penelitian yang dapat disampaikan sebagai berikut: Peningkatan penjualan produk batik dipengaruhi kualitas produk karena produk batik memiliki *performance* kualitas terjamin, batik yang dipasarkan mempunyai keistimewaan ciri khas yang berbeda dengan produk batik lainnya. Kualitas tidak mudah rusak dan tahan lama. Peningkatan penjualan produk batik dipengaruhi desain produk karena produk batik memiliki ciri khas motif dan gambar dibandingkan dengan produk lainnya, warnanya beraneka ragam sesuai dengan selera konsumen dan batik yang dipasarkan mempunyai variasi bermacam-macam jenis sesuai dengan kebutuhan konsumen atau penggemar batik. Hasil penelitian ini dapat disarankan bahwa supaya digunakan sebagai referensi bagi peneliti yang akan datang, sehingga akan menyempurnakan kekurangan-kekurangan atau kelemahan dalam hasil penelitian yang berpengaruh dengan peningkatan penjualan dengan menambah-menambah variabel-variabel untuk melengkapinya, misalnya harga, promosi, distribusi dan lain-lain. Memberikan gambaran pentingnya faktor kualitas produk dan desain produk dalam usaha meningkatkan desain produk yang diharapkan, sehingga dapat menunjang pemasarannya dan mengenalkan produk kepasar yang lebih luas. Diharapkan pengusaha bisa lebih meningkatkan nilai produk dengan membuat inovasi dan kreativitas kerja sehingga dapat mencapai nilai yang aneka ragam hasilnya, maka dapat meningkatkan penjualan produk yang diinginkan..

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Aaker, David dan Erich Joachimsthaler. 2010. *Brand Leadership*. The Free Press. New York.

- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Damodar, Gujarati. 2012. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Edisi ke Lima. Salemba Empat. Jakarta.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2012. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Dwi Hasmiyani, Suranto dan Budi Eko Soetjipto. 2019, Conceptual Model On Entrepreneurial Intention In Higher Education, *Humanities & Social Sciences Reviews*, Vol 7, No 3.
- Ghozali, Imam. 2014. *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS (4th ed)*. Semarang: Badan Penerbit-Undip.
- Ginting, Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Harsono, 2019. *Metode Penelitian Pendidikan (1 st ed.)*, Sukoharjo: Jasmine.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2017. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Cetakan Kedua, PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Marketing Management 14<sup>th</sup> Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saladin, Djaslim. 2013. *Manajemen Pemasaran*, B.andung: Linda Karya.
- Sangadji, Etta Mamang dan Shopiah. 2010. *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta. ANDI.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSSVersi 20*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sunarto, Kamanto. 2014. *Pengantar Sosiologi, Edisi Ketiga*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2014. *Perilaku Pelanggan : Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Swastha, Basu. 2010. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta : Liberty

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality & Satisfaction*. Edisi Satu. Andi. Yogyakarta.