

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KOMUNIKASI
NONVERBAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Suatu Studi Pada Toserba Pajajaran Ciamis)**

DRAF SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh
Gelar Srjana Manajemen pada program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh

RIZA DILA FAJRIATI
3402180498



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Riza Dila Fajriati, NIM. 3402180498. “Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Nonverbal Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis)” Di bawah bimbingan Dr. H. Yusup Iskandar, S.E.,M.M. (Pembimbing I) dan Marlina Nur Lestari, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh fenomena yang terjadi yaitu Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa minat beli konsumen masih terbilang rendah hal tersebut terlihat dari total skor yang didapat sebesar 549 dari skor 750, yang artinya belum memenuhi skor ideal dari yang ditentukan Dengan demikian minat beli Toserba Pajajaran Ciamis belum optimal. Adapun wawancara penulis dengan konsumen di Toserba Pajajaran Ciamis menyebutkan belum tercapainya minat beli dikarenakan kurangnya komunikasi pemasaran terpadu secara baik.

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Minat Beli Konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh Komunikasi Nonverbal terhadap Minat Beli Konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis?; 3) Bagaimana pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Nonverbal terhadap Minat Beli Konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis?. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Berapa besar pengaruh komunikasi interpersonal terhadap minat beli konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis. 2) Berapa besar pengaruh komunikasi nonverbal terhadap minat beli konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis. 3) Berapa besar pengaruh komunikasi interpersonal dan komunikasi nonverbal terhadap minat beli konsumen pada Toserba Pajajaran Ciamis.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey yang bersifat deskriptif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dimana hasil penelitian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien koelasi sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, analisis determinasi, uji T, dan uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa. 1). Komunikasi Interpersonal berpengaruh terhadap Minat Beli. 2). Komunikasi Nonverbal secara parsial juga berpengaruh terhadap Minat Beli. 3). Secara Simultan baik Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Nonverbal bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Nonverbal dan Minat Beli

DAFTAR ISI

LEMBAR PENEKSAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Ilmu Manajemen	8
2.1.1.1 Pengertian Manajemen1	8
2.1.1.2 Tujuan Manajemen	9
2.1.1.3 Fungsi Manajemen.....	9
2.1.1.4 Bidang Manajemen	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.1.2.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	14

2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran	14
2.1.2.4 Marketing MIX	15
2.1.3 Komunikasi Interpersonal	16
2.1.3.1 Pengertian <i>Komunikasi Interpersonal</i>	16
2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal	16
2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Interpersonal	17
2.1.3.4 Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal	18
2.1.3.5 Indikator Komunikasi Interpersonal	18
2.1.4 Komunikasi Nonverbal	19
2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Nonverbal	19
2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Nonverbal	20
2.1.4.3 Tujuan Komunikasi Nonverbal	20
2.1.4.4 Jenis-jenis Komunikasi Nonverbal	21
2.1.5 Minat Beli	21
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli	21
2.1.5.3 Indikator Minat Beli	22
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	23
2.2 Kerangka Pemikiran	25
2.2.1 Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Minat Beli Konsumen	26
2.2.2 Pengaruh Komunikasi Nonverbal Terhadap Minat Beli Konsumen	26
2.2.3 Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Nonverbal Terhadap Minat Beli Konsumen	26
2.3 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	30
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	31
3.2.1 Definisi Variabel	31

3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	33
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1	Sumber Data.....	35
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5	Teknik Analisis Data.....	39
3.5.1	Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Minat Beli .	39
3.5.2	Analisis Pengaruh <i>Komunikasi Nonverbal</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	43
3.5.3	Analisis Pengaruh <i>Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Nonverbal</i> Terhadap Minat Beli Konsumen....	47
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	50
3.6.1	Tempat Penelitian.....	50
3.6.2	Waktu Penelitian	51
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	52
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1.1	Profil Toserba Pajajaran Ciamis	52
4.1.1.2	Visi dan Misi Toserba Pajajaran Ciamis.....	53
4.1.1.3	Struktur Organisasi dan <i>Job</i> Deskripsi Toserba Pajajaran Ciamis	54
4.1.1.4	Kegiatan oprasional prosedur toserba pajajaran	62
4.1.2	Karakteristik Responden	64
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	65
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	65

4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.1.3 Deskripsi Variabel yang diteliti.....	67
4.1.3.1 Hasil Penelitian tentang Komunikasi Interpersonal di Toserba Pajajaran Ciamis	67
4.1.3.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Keterbukaan.....	68
4.1.3.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Empati	69
4.1.3.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Dukungan	71
4.1.3.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Kesetaraan	72
4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang Komunikasi Nonverbal di Toserba Pajajaran Ciamis	76
4.1.3.2.1 Tanggapan Responden mengenai Komunikasi Objek.....	76
4.1.3.2.2 Tanggapan Responden mengenai Sentuhan	78
4.1.3.2.3 Tanggapan Responden mengenai Gerakan Tubuh.....	79
4.1.3.2.4 Tanggapan Responden mengenai Lingkungan.....	80
4.1.3.3 Hasil Penelitian Tentang Minat Beli di Toserba Pajajaran Ciamis	84
4.1.3.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Minat Eksploratif	84
4.1.3.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Minat Prefrensial.....	86
4.1.3.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Minat Transaksional.....	87
4.1.3.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Minat Transaksional.....	88
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	92

4.1.4.1 Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Minat Beli pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	92
4.1.4.2 Pengaruh Komunikasi Nonverbal Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	99
4.1.4.3 Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Nonverbal Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	107
4.2 Pembahasan.....	116
4.2.1 Pembahasan tentang Komunikasi Interpersonal pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	116
4.2.2 Pembahasan tentang Komunikasi Nonverbal pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	117
4.2.3 Pembahasan tentang Minat Beli pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis	118
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Simpulan	120
5.2 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra Survey Minat Beli Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis	4
Tabel 2.1	Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu yang relevan	23
Tabel 3.1	Oprasionalisasi Variabel	33
Tabel 3.2	Skor Skala Likert	39
Tabel 3.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi dari Koefisien Korelasi	41
Tabel 3.4	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	45
Tabel 3.5	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ...	48
Tabel 3.6	Jadwal Penelitian	51
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	65
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	65
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.5	Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan	67
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Menanggapi Dengan Senang Hati Informasi Yang di Dapat Dari Pegawai Toserba Pajajaran Ciamis	68
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Senang dan Terbuka Ketika Berkomunikasi Dengan Pegawai Toserba Pajajaran Ciamis.....	69
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Saya Diberikan Kemudahan Untuk Berkomunikasi Dengan Pegawai Toserba Pajajaran Ciamis	69
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Saya Tertarik Saat Melihat Barang Yang di Inginkan Tersedia di Toserba Pajajaran Ciamis .	70
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Pegawai Toserba Pajajaran Selalu Menjalin Interaksi Dengan Konsumen Secara Langsung Dengan Baik.....	71

Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Adanya Pegawai Toserba Pajajaran Yang Memberikan Kemudahan Dalam Bertanya Serta Mencari Barang Yang di Inginkan Konsumen.....	71
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Adanya Pegawai Yang Ramah dan Bersikap Sopan Terhadap Konsumen	72
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Saya Selalu Bertanya Kepada Pegawai Toserba Pajajaran Ciamis Tentang Barang Yang di Cari	73
Tabel 4.14	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Komunikasi Interpersonal pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	74
Tabel 4.15	Interpretasi Mengenai Komunikasi Interpersonal Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	75
Tabel 4.16	Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	76
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Tentang Pegawai Toserba Pajajaran Mempunyai Ciri Khas Seperti Seragam Yang di Gunakan.....	76
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Tentang Papan nama Toserba Pajajaran terlihat jelas	77
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Pegawai Selalu Menyapa dan Memberi Ucapan Khusus Terhadap Konsumen.....	78
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Pegawai Selalu Memberi Arahan atau Menunjukkan Barang yang Sedang di Cari Konsumen.....	78
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Tentang Pegawai Toserba Pajajaran Ciamis Ramah Terhadap Konsumen.....	79
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Tentang Pegawai Toserba Pajajaran Ciamis Sigap Dalam Melayani Konsumen	80
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Tentang Toserba Pajajaran Ciamis Cukup Bersih	80
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Tentang Sistim Pengelompokan Barang di Toserba Pajajaran Rapi.....	81

Tabel 4.25 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Komunikasi Nonverbal Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	82
Tabel 4.26 Interpretasi Mengenai Komunikasi Nonverbal Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	83
Tabel 4.27 Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	84
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Tentang Saya Menanyakan Informasi Produk Perlengkapan Kepada Orang yang Sudah Pernah Berkunjung.....	84
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Tentang Saya Tertarik Untuk Membeli Produk Setelah Mendapat Informasi dari Teman Atau Kerabat ...	85
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Tentang Saya Memilih Barang yang di Tuju Sesuai Kebutuhan	86
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Tentang Perlengkapan Sandang Lebih Menarik Perhatian Saya	86
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Tentang Saya Akan Membeli Produk di Toserba Pajajaran Ciamis dalam Waktu Dekat.....	87
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Tentang Saya Bersedia Melakukan Pembelian Perlengkapan di Toserba Pajajaran Ciamis.....	88
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Tentang Saya Bersedia Merekomendasikan Produk Baju Kepada Teman Saya	88
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Tentang Saya Bersedia Referensikan Toserba Pajajaran Kepada Orang Lain	89
Tabel 4.36 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Beli Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	90
Tabel 4.37 Interpretasi Mengenai Minat Beli Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	91
Tabel 4.38 Data-Data Untuk Perhitungan Variabel Komunikasi Interpersonal Terhadap Minat Beli.....	92

Tabel 4.39 Data-Data Untuk Perhitungan Variabel Komunikasi Nonverbal Terhadap Minat Beli.....	100
Tabel 4.40 Data-Data Hasil Perhitungan Variabel Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Nonverbal terhadap Minat Beli Pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	55

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2011). *Manajemen Pemasaran. Malang : Universitas Brawijaya.*
- Amlia, F. D. (2019). Pola Komunikasi Nonverbal Personal Seller Dalam Meningkatkan Minat Beli (studi pada PT.Fastrata Buana melalui event jalan sehat bersama kapal api). *Flora Dwi Nur Amlia. 2019. Pola Komunikasi Nonverbal Personal Sell Diakses tanggal 28 Desember 2021.*
- Amstrong, M. K. ((2012:75)). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih. Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta.*
- Anlimage. (2016). *Jurnal Studi Kultural : Volume 1 Nomor 2. Archana Universal.*
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, Dan Strategi. Jakarta : Rajawali Pers.*
- Aw, S. (2011). *Komunikasi Interpersonal . Yogyakarta, Giraha Ilmu.*
- Budianto, A. (April 2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi . Yogyakarta : Penerbit ombak.*
- Damayanti, I. D. (2017). *Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Memediasi Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat Beli Produk. Diakses tanggal 28 Desember 2021.*
- Danim, S. d. (2010). *Admiristrasi sekolah & manajemen kelas. Bandung : Pustaka Setia.*
- Daryanto dan Rahardjo, M. (2016). *Teori Ilmu Komunikasi. Yogyakarta : Gava Media.*
- Daryanto Dan Rahardjo, M. (2016). *Teori Ilmu Komunikasi . Yogyakarta : Gava Media .*
- Effendi, U. (2014). *Asas Manajemen. Jakarta : Raja Gafindo Persada.*
- Febriani, N. d. (2018). *Teori dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu. Malang : Univeritas Brawijaya Press.*
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran. Yogyakarta : Deepublish.*
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran : Dasar dan Konsep. Pasuruan : Qiara Media.*
- Fitrah, M. d. (2017). *Metode Penelitian. Sukabumi : CV Jejak.*
- Hainbuan, M. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Bumi Aksara.*

- Harapan, E. d. (2014). Komunikasi Antar Pribadi. *Jakarta : Raja Grafindo Persada.*
- Harapan, E. D. (2014). Komunikasi Antar Pribadi. *Jakarta : Raja Grafindo Persada.*
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran . *Jakarta : Erlangga.*
- Kadar, N. (2014). Manajemen Personalia . *Bandung : Pustaka Setia.*
- Keller, K. d. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. *Jakarta: Erlangga.*
- Keller, K. d. (2009). Mananjemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. *Jakarta : Erlangga.*
- Kotler, P. a. (2011). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 Dan 2. *Jakarta : Erlangga.*
- Kotler, P. A. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. *Jakarta : Erlangga.*
- Kristiyanti, I. (2012). Pengaruh Komunkasi Nonverbal Terhadap Kepuasan Konsumen. *Vol.Xii, No 1, Juni 2012.*
- L.Gaol, W. R. (2018). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada PT.Cipta Niaga Semesta. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik. Diakses tanggal 19 Desember 2021. .*
- Lovelock, C. W. (2013). Pemasaran Jasa : Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia, Jilid 1. *Jakarta : Erlangga.*
- Mulyana, D. (2008). Komunikasi Efektif. *Bandung : PT Remaja Rosdakarya.*
- Mulyana, M. (2012). Pengaruh Komunikasi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Tersedia : <https://www.researchgate.net/publication/325102410> Juni 2012.*
- Nazir, M. (2015). Metode Penelitian. *Jakarta : Ghalia Indonesia.*
- Nitisusanto, M. (2012). Perilaku Konsumen . *Bandung : Alfabeta .*
- Noor, J. (2015). Penelitian Ilmu Manajemen Tinjauan Filosofi dan Praktis. *Jakarta : Prenadamedia.*
- Purwanto, D. ((2011:11)). komunikasi bisnis. *jakarta, penerbit Erlangga.*
- Rahayu, B. (2017). Manajemen pemasaran. *Denpasar : Universitass Udayana.*
- Sangadji, E. M. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis . *Yogyakarta : Andi.*
- Sari, A. N. (2020). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada PT.Usaha Jaya Indah Banjar Baru. *Diakses tanggal 28 Desember 2021.*

- Selvia, V. (2017). Persepsi Pengunjung Warung Kopi Mengenai Komunikasi Nonverbal Penampilan Sales Promotion Girl Roko. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Diakses tanggal 27 November 2021*.
- Selvia, V. (2017). Persepsi Pengunjung Warung Kopi Mengenai Komunikasi Nonverbal Penampilan Sales Promotion Girl Roko. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Diakses tanggal 27 November 2021*.
- Siyoto, S. d. (2015). Dasar Metode Penelitian. *Yogyakarta : Literasi Media*.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. *Yogyakarta : Andi*.
- Sugiyono. ((2014:270)). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta. Tarigan*.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung : Alfabeta*.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung: PT Alfabet*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung : Alfabeta .*
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Edisi Kedua. *Bandung : Alfabeta*.
- Sunyoto, D. (2014). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus). *Yogyakarta : Cetakan ke-1 Center for Academic Publishing Service (CAPS)*.
- Suprihanto, J. (2014). Manajemen. *Yogyakarta : Gajah Mada University Press*.
- Tjiptono, F. (2012). Service management mewujudkan layanan prima. *Yogyakarta : Andi*.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan penelitian. *Yogyakarta : Andi*.

