

**ANALISIS PENGARUH FASILITAS, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA DEPATI COFFEE KOTA
SUNGAI PENUH**

¹Anggia Ayu Lestari, ²Kasman Karimi, ³Hamsiah

^{1,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

²Universitas Bung Hatta

Email : anggialestari66@gmail.com, kasmankarimi@bunghatta.ac.id

hamsiah370@gmail.com

Abstract

This research aims to measure and analyze facilities, location and prices on the decision to visit the Depati Coffee tourist attraction in the city of Sungai Banyak. This type of research is descriptive research with a quantitative approach. The population used in this research is tourists at the Depati Coffee tourist attraction in Sungai Full City. Data collection was carried out using a questionnaire with a sample size of 80 respondents who visited the Depati Coffee Tourist Attraction, Sungai Full City. This research method uses a non-probability sampling technique with an accidental sampling technique. The data obtained from the questionnaire was then processed and analyzed using multiple linear regression analysis via SPSS software. The results of the research show that there is a significant and positive influence between Facilities on the Decision to Visit the Depati Coffee Tourist Attraction, Sungai Full City. on the decision to revisit the Depati Coffee tourist attraction, Sungai Full City and there is a significant and positive influence between Facilities, Location and Price on the decision to revisit the Depati Coffee tourist attraction, Sungai Full City.

Keywords: Facilities, Location, Price, Decision to Revisit, Tourist Attractions

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis Fasilitas, Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Depati Coffe di Kota Sungai Penuh. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wisatawan Objek wisata Depati Coffe Kota Sungai Penuh. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden yang mengunjungi Obyek Wisata Depati Coffe Kota Sungai Penuh. Metode penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode teknik sampling accidental. Data yang diperoleh dari kuesioner, kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda melalui software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Depati coffe Kota Sungai Penuh, Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Depati Coffe Kota Sungai Penuh, terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan berkunjung kembali pada objek wisata Depati Coffe Kota Sungai Penuh dan Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung kembali di Objek Wisata Depati Coffe Kota Sungai Penuh.

Kata kunci: Fasilitas, Lokasi, Harga, Keputusan Berkunjung Kembali, Objek Wisata

I. Pendahuluan

TNKS adalah kawasan pelestarian alam yang memiliki tiga fungsi utama yaitu melindungi sistem penyangga kehidupan, mengawetkan keanekaragaman jenis satwa, tumbuhan dan ekosistem, serta menyediakan sumberdaya hayati untuk pemanfaatan secara berkelanjutan. Kawasan TNKS juga memiliki berbagai obyek dan daya tarik wisata alam yang berpotensi untuk dikembangkan, salah satunya yaitu wisata Depati coffee yang terletak puncak arah tapan (Aryis, 2018).

Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh merupakan wisata alam yang terletak di atas perbukitan yang hijau, dipuncak Km 15 Kota Sungai Penuh. Puncak kebun kopi ditinggikan 1450 MpdI objek wisata alam ini menawarkan konsep utama meng edukasi pengembangan kopi mulai dari menanam kopi hingga menikmati kopi dalam secangkir gelas. Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh itu lah nama yang melekat dari tempat yang satu ini atau sering di sebut “Depati Cofee” Depati Yaiutu jabatan tertinggi dalam mengarah dan mengajun anak jantan anak betino berupa pegangan keris sedang Coffee Yaitu melambangkan Kopi Arabika Tidak cukup hanya berhenti sampai disini pemilik Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh juga telah menyediakan berbagai lokasi yang menarik untuk dijadikan spot berfoto seperti, pohon, rumah orang pendek, dan saung-saung berbagai lokasi untuk bersantai. Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh ini memiliki banyak potensi yang belum di dimanfaatkan secara maksimal saat ini depati coffee sudah ada kegiatan pariwisata dan pengelolaannya namun penelitian terkait potensi/daya tarik dan nilai ekonomi menggunakan metode “willingness to pay terhadap jumlah kunjungan Depati VII Coffee

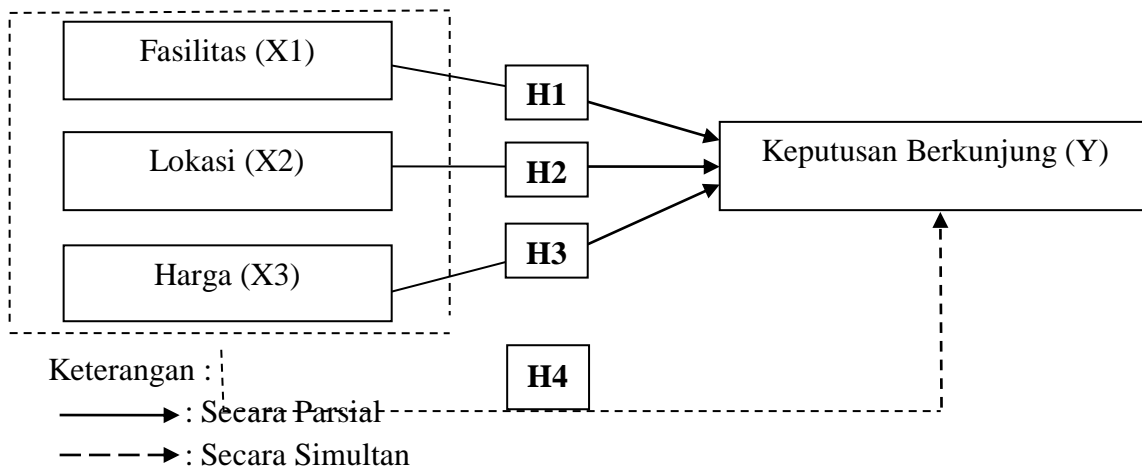
Kota Sungai Penuh “ penelitian ini nantinya dapat menjadi masukan bagi pihak pengelola, khususnya terkait rencana pengembangan wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh ke depannya.

Pada hal ini, pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi pariwisata untuk menarik wisatawan berkunjung. Pemasaran memegang peran yang cukup vital bagi kelangsungan usaha bisnis bersangkutan. Sebuah usaha bisnis yang bisa jadi sukses tidak terlepas dari strategi pemasaran yang handal. Pemasaran merupakan upaya untuk mempromosikan, menginformasikan dan menawarkan kepada konsumen mengenai sebuah produk usaha atau layanan jasa yang dikelola sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan produk atau layanan jasa tersebut. Sedangkan, manajemen pemasaran adalah proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran bagi suatu organisasi (dengan mempertimbangkan sumber daya internal dan peluang pasar), perencanaan dan pelaksanaan aktivitas untuk memenuhi tujuan-tujuan tersebut dan mengukur kemajuan ke arah pencapaiannya, (wikipedia). Suksesnya strategi pemasaran suatu usaha bisnis akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk atau jasa oleh konsumen.

Menurut Kotler & Keller (2012:10), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk. Dan keputusan pembelian adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa tersebut pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa, keputusan pembelian adalah keputusan pemilihan membeli atau tidak suatu barang atau jasa melalui berbagai proses pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca beli. Kunjungan ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh masih di dominasi oleh wisatawan domestik. Dalam hal ini, untuk meningkatkan dan menarik wisatawan luar Provinsi Jambi maupun wisatawan manca negara untuk berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee kota Sungai penuh perlu adanya pengembangan secara berkala. Berikut ini ditampilkan perkembangan kunjungan ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh. Fasilitas memiliki peran penting dalam keberlangsungan sebuah usaha. Menurut Moekijat (2011:155), menjelaskan secara sederhana bahwa fasilitas adalah suatu sarana fisik yang dapat memproses suatu masukan (input) menuju keluaran (ouput) yang diinginkan. Bagi industri pariwisata, fasilitas dapat diartikan sebagai daya tarik wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke objek wisata. Di objek wisata Depati VII Coffee kota Sungai Penuh fasilitas umum yang kurang lengkap Sepertinya kurangnya sound sytem,saung,wc yang terbatas dan jarak tempuh yang sangat jauh Dari pusat kota dan sedikitnya pusat informasi disekitar objek wisata. Pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Sehingga secara psikologis mereka akan memberikan suatu pernyataan bahwa mereka puas dalam melakukan pembeliannya (Kertajaya, 2004). Fasilitas yang baik maka dapat membentuk persepsi dimata pelanggan. Disejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa dimata pelanggan. (Tjiptono, 2006).Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap

keputusan konsumen menginap di hotel Sakura Pangka Raya . penelitian yang dilakukan oleh Hartini (2017)

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



1. METODE PENELITIAN

1.1. *Populasi dan Sampel*

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menikmati jasa di objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh dengan karakteristik : pengunjung individu, pengunjung keluarga dan pengunjung kelompok. Menurut Sugiono (2016 :124) Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pengujung Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh selama penelitian minimal 20 Kali dari total variabel, sebagai berikut :

20 x 4 Variabel

Jadi Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa mereka kebetulan muncul di objek penelitian. Didapatkan 80 responden dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Besar Pengaruh Fasilitas (X1), Lokasi (X2) dan Harga (X3) Secara Simultan Terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh X1, X2 dan X3 terhadap Y pada kalangan pengunjung objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	

1	,141 ^a	,020	-,016	10,16843	,020	,555	3	82	,649
a. Predictors: (Constant), harga, lokasi, fasilitas									

Berdasarkan analisis tabel 4.16 terdapat R Square (determinasi) adalah 0,020 adalah pengkuadratan dari koefisien secara simultan 0,411^a R Square dapat disebut koefisien determinasi yang didalam hal ini 20% kontribusi besaran pengaruh fasilitas (X1), lokasi (X2) dan harga (X3) terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh, sedangkan 80% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar penelitian ini.

Besar Pengaruh Fasilitas (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Objek Wisata Depati VII Coffe Kota Sungai Penuh

Berdasarkan pada tabel 4.15 dapat dianalisis, besaran pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung, didapat B = 0,125 dan Zero Order = 0,038, maka didapat koefisien determinasi variabel fasilitas sebesar $KD = 0,125 \times 0,038 \times 100\% = 0,0047$ atau 4,7% kontribusi besaran pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh, sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh variabel diluar variabel ini.

Besar Pengaruh Lokasi (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh

Berdasarkan pada tabel 4.15 dapat dianalisis, besaran pengaruh Lokasi terhadap keputusan berkunjung, didapat B = 0,262 dan Zero Order = 0,131 maka didapat koefisien determinasi variabel fasilitas sebesar $KD = 0,262 \times 0,131 \times 100\% = 0,017$ atau 17% kontribusi besaran pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh, sedang kan selebihnya dipengaruhi oleh variabel diluar variabel ini.

Besar Pengaruh Harga (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh

Berdasarkan pada tabel 4.15 dapat dianalisis, besaran pengaruh Harga terhadap keputusan berkunjung, didapat B = -0,100 dan Zero Order = 0,013 maka didapat koefisien determinasi variabel fasilitas sebesar $KD = -0,100 \times 0,013 \times 100\% = 0,013$ atau 13% kontribusi besaran pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Depati Coffee Kota Sungai Penuh, sedang kan selebihnya dipengaruhi oleh variabel diluar variabel ini.

Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dapat menggunakan uji t. Dengan tingkat signifikan untuk uji dua arah 5% (0,05) dan jumlah responden 86 orang, maka didapat t_{tabel} adalah $df = n-k-1$ ($86-3-1 = 82$), sehingga diperoleh $t_{tabel} = 1,98932$. Sehingga didapatkan uji hipotesis pada penelitian ini adalah :

Pengaruh Fasilitas (X1) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh

Berdasarkan pada tabel 4.15 dapat dianalisis, Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung, ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,465 < 1,98932$) serta

dengan nilai signifikan Fasilitas = $0,643 > 0,05$). Artinya H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh. Artinya semakin baik fasilitas dengan indikator yang digunakan yaitu Kelengkapan, kebersihan dan kerapian, kondisi dan fungsi fasilitas serta kemudahan menggunakan fasilitas, dan Kelengkapan alat maka ada kecenderungan semakin tinggi keputusan berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh. Variabel fasilitas dengan signifikansi $0,643$ atau lebih Besar dari $0,05$ yang berarti secara parsial fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh.

Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh

Berdasarkan pada tabel 4.15 dapat dianalisis, Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung, ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,189 > 1,98932$) serta dengan nilai signifikan Lokasi = $,002 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh. Artinya semakin baik lokasi dengan indikator yang digunakan yaitu Akses, visibilitas, Lalu Lintas, Tempat Parkir, ekspansi dan lingkungan maka ada kecenderungan semakin tinggi keputusan berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh. Variabel lokasi dengan signifikansi $0,002$ atau lebih kecil $0,05$ yang berarti secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh.

1. Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh

Berdasarkan pada tabel 4.15 dapat dianalisis, Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung, ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-0,0456 > 1,98932$) serta dengan nilai signifikan Lokasi = $0,649 > 0,05$). Artinya H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh. semakin rendah harga dengan indikator yang digunakan yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing dan kesesuaian harga dengan manfaat maka ada kecenderungan semakin tinggi keputusan berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh. Variabel harga dengan signifikansi $0,649$ atau lebih Besar dari $0,05$ yang berarti secara parsial Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh.

4.5.2 Uji F

Untuk mengetahui pengaruh fasilitas (X1), lokasi (X2) dan harga (X3) terhadap keputusan berkunjung (Y) ke objek wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh. Maka didapat $df_1=3$ $df_2=n-k-1$ ($86-3=82$), sehingga diperoleh $F_{tabel} = 2,72$ dengan tingkat signifikan 5% atau $0,05$. Hasil dapat dilihat dari tabel 4.17 dibawah ini :

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	172,223	3	56,995	4,555	,646 ^b
	Residual	8477,312	82	103,397		

	Total	8649,535	85			
a. Dependent Variable: keputusan berkunjung						
b. Predictors: (Constant), harga, lokasi, fasilitas						

Dari tabel 4.17 diatas dapat hasil uji F tersebut diatas hasil olahan dan melalui SPSS 26, bahwa didapat nilai F_{hitung} lebih besar dar F_{tabel} yang dibuktikan dengan nilai Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,555 > 2,725397$) atau dengan signifikansi $< 0,05$ ($0,646 > 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya Fasilitas , Lokasi dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari (Chiristian Lempoy, L. Mandey dan S.R. Loindong, 1 maret 2015), bahwa Uji Simultan (uji F) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti bahwa harga, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder

Pembahasan

1. Fasilitas (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Depati VII Coffee dapat diartikan bahwa Fasilitas tidak menjadi faktor utama bagi wisatawan dalam memilih objek wisata Depati VII Coffee. Dikarenakan wisatawan sudah mengetahui informasi terlebih dahulu tentang Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh. Hal ini menunjukkan bahwa Fasilitas pada Objek Wisata Depati VII Coffee tidak mempengaruhi keputusan Berkunjung yang akan dilakukan oleh wisatawan.

2. Lokasi (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Depati Coffee Kota Sungai Penuh dapat diartikan bahwa indikator seperti kelengkapan, kebersihan, dan kelengkapan alat Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh sudah jelas dan tempat parkir untuk keamanan kendaraan sudah tersedia bagi wisatawan hal ini menunjukkan bahwa lokasi menjadi pengaruh bagi wisatawan dalam pemilihan Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh.

Hasil penelitian ini didukung penjelasan dari (Tjiptono, 2000). Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian dari (Chiristian Lempoy, L. Mandey dan S.R. Loindong, 1 maret 2015) bahwa lokasi signifikansi $p\text{-value} = 0,01 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a atau lokasi berpengaruh keputusan menggunakan jasa taman wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder.

Penelitian yang dilakukan (Sri Hartini, 2017), variabel lokasi sebesar 3,284 dengan signifikansi 0,001 atau probabilitas dibawah 0,05 koefisien regresi dan bertanda positif yang berarti secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangka Raya.

Berdasarkan hasil uji hipotesa secara parsial lokasi t hitung ($2,264 > t$ tabel (1,895), berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh terhadap keputusan berkunjung (Sudarwati, Eny Kustiyah dan Atika Fikri Tsani, 2017).

Penelitian yang dilakukan (Indayati, ML.Endang Edi Rahaju dan Mintarti Indartini), variabel lokasi memiliki nilai t hitung sebesar 2,239. Nilai ini lebih besar dari t tabel (thitung =2,239 > ttabel =1,984), berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan kunjungan wisata Madiun Umbul Square.

3. Harga (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Depati VII Coffee dapat diartikan bahwa Harga tidak menjadi faktor utama bagi wisatawan dalam memilih objek wisata Depati VII Coffee. Dikarenakan wisatawan sudah tau Tarif Harga/ Tiket Masuk yang ditetapkan bisa bersaing dengan wisata lain yang ada di kabupaten Kerinci dan Sungai Penuh. Hal ini menunjukkan bahwa Harga pada Objek Wisata Depati VII Coffee tidak mempengaruhi keputusan Berkunjung yang akan dilakukan oleh wisatawan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nurul Fauzeyya (2017) dengan judul pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi (Studi kasus Taman Sonder Banjar Baru) Hasil penelitian tersebut yaitu secara persial tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

DAFTAR PUSTAKA

ASsaury,Sofjan 2011. *Manajemen Pemasaran*.Jakarta : Rajawali Pers.

Christian Lempoy, L Mandey dan S.R.Loindong.*Pengaruh Harga,lokasi,dan fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa taman wisata Toar Lumimut (Taman Eman Sonder)*. *Jurnal*

Handoko,2000 *Manajemen Edisi 2* Yogyakarta.BPFE

Hartini,2017., *Pengaruh kualitas Pelayanan fasilitas,lokasi dan Harga Terhadap keputusan Konsumen menggunakan jasa wisata Tour Lumimut*. *Jurnal*

Hasibuan,Melayu 2016.*Manajemen Sumber Daya Manusia*:Bumi Aksara

Indayati, Edi Rahaju,Dan Indartini,2016. *Pengaruh Harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan dalam melakukan kunjungan wisata Madiun Ngumbul Square*.*Jurnal*

Kast, Fremont E. & James E.Rosenzweig. 2005. *Organization and Management: A systems Approach*. McGraw-Hill. Inc. New York.

Kaswara dan Santoso.2008. *Pengantar Teori Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Cetakan Pertama, Penerbit PT. RinekaCipta, Jakarta

Kertonegoro, 2008. *Pengantar Manajemen* . Bandung: SinarBaru

Kotler dan Keller,2016. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta Earlangga Jilid 1 Edisi 13

Kotler, P. 2000, *manajemen pemasaran, terjemahan Wilhelmus W. Bakowatun*

- Kotler, Philip / Armstrong. 2001, *manajemen pemasaran menurut, terjemahan Wilhelmus W. Bakowatun*
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Keller, 2017 *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jakarta: Erlangga
- Lopiyoadi, 2001, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga. Jakarta
- Mangkunegara A. P. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Rosdakarya
- Moekijat, 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Mundarmaju
- Prof. Dr. Sugiono, 2017 *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif dan R & D* Bandung : Alfabeta