

DAMPAK PERILAKU CYBERLOAFING DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP CUSTOMER RETENTION PADA MATAHARI DEPARTEMEN STORE MANADO TOWN SQUARE

Merry Ratar¹, Jourie Pangemanan², Iren Pesik³, Octania Pangemanan⁴

¹⁻⁴Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara Manado

¹merry@nusantara.ac.id, ²jourie@nusantara.ac.id, ³iren@nusantara.ac.id, ⁴neysia.pangemanan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh *Perilaku Cyberloafing* terhadap *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Squar, *Locus of Control* terhadap *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square, *Perilaku Cyberloafing dan Locus of Control* secara bersama-sama terhadap *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda, Korelasi, Determinasi, Uji T dan Uji F, menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan Variabel *Cyberloafing* secara parsial memiliki pengaruh yang sangat kuat (69.30%) terhadap *Customer Retention* di Matahari Departemen Store Manado Town Square, Variabel *Locus of Control* secara parsial memiliki pengaruh yang sangat kuat (72.30%) terhadap *Customer Retention*, Variabel *Cyberloafing dan Locus of Control* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang sangat kuat (79.40%) terhadap *Customer Retention* di Matahari Departemen Store Manado Town Square.

Kata Kunci : *Cyberloafing, Locus of Control, Customer Retention*

1. PENDAHULUAN

Hubungan antara pelanggan – produsen adalah hubungan yang saling melengkapi / membutuhkan. Pelanggan membutuhkan produk/jasa yang dihasilkan produsen, sedangkan produsen mendapatkan keuntungan dari produk/jasa yang dihasilkan yang akan menentukan kelangsungan jalannya bisnis tersebut. Dari sini terbentuk hubungan yang erat antara konsumen-produsen. Sering kita dengar slogan “customer is the king”. Inilah yang jamak dilakukan oleh pebisnis dalam memberikan layanan kelas wahid bagi pelanggannya. Menempatkan posisi pelanggan sebagai prioritas utama dan melakukan beragam upaya demi me-maintain loyalitas mereka. Bukan rahasia lagi, konsumen yang puas akan semakin setia dengan produk kita dan secara sukarela merekomendasikan pada orang-orang terdekatnya. That’s the power of mouth to mouth marketing. Karyawan sangat berperan dalam proses customer

retention. Pola perilaku karyawan yang kurang baik akan menyebabkan berkurangnya customer retention dalam segala lini perusahaan.

PT Matahari Putra Prima Tbk adalah salah satu perusahaan ritel di Indonesia yang merupakan pemilik dari jaringan Matahari Departemen Store dan supermarket Hypermart dan Foodmart. PT Matahari Putra Prima Tbk merupakan salah satu anak perusahaan Grup Lippo. Per kuartal pertama tahun 2008, Matahari Putra Prima sudah mempunyai 79 departmen store, 38 hypermarket, 31 supermarket, 46 outlet farmasi, dan lebih dari 88 hiburan keluarga di lebih dari 50 kota di Indonesia. Mengedepankan Promosi yang efektif dengan harga yang terjangkau melalui distribusi yang solid ke seluruh konsumen pengguna melalui media maupun non media adalah merupakan bentuk karakter utama yang diterapkan. Memperhatikan lokasi/letak perusahaan adalah merupakan tujuan

utama perusahaan agar mudah dijangkau konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Berapa Besar pengaruh *Perilaku Cyberloafing* terhadap *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square
2. Berapa Besar pengaruh *Locus of Control* terhadap *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square
3. Berapa Besar pengaruh *Perilaku Cyberloafing* dan *Locus of Control* secara bersama-sama terhadap *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square.

Landasan Teori

Karyawan dalam UU Nomor 25 tahun 1997 tentang ketenagakerjaan menyebutkan bahwa karyawan adalah setiap orang laki-laki maupun wanita yang sedang dalam atau akan melakukan pekerjaan, baik luar maupun dalam hubungan kerja guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Karyawan adalah mereka yang secara langsung digerakkan oleh seorang manajer untuk bertindak sebagai pelaksana yang akan menyelenggarakan pekerjaan sehingga menghasilkan karya-karya yang diharapkan dalam usaha pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan dan dalam melakukan pekerjaannya mendapatkan imbalan jasa berupa gaji dan tunjangan dari pemerintah atau badan swasta (Musaneff, 2000).

Karyawan adalah aset yang merupakan penggerak utama dari setiap organisasi dan tanpa mereka organisasi atau perusahaan tidak pernah menjadi berarti karena karyawan merupakan investasi bukan pengeluaran.

David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta seperti dikutip oleh Simamora (2003) lebih menekankan perilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan. Mereka mengatakan

bahwa perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan mengajak aktivitas individu dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa.

Block (2001) berpendapat bahwa *cyberloafing* merupakan karyawan yang melaksanakan aktifitas internet non-business di jam kantor menggunakan sumber daya perusahaan. Lim, Teo, dan Loo (2002) menyebutkan segala tindakan disengaja karyawan menggunakan akses internet perusahaan selama jam kerja untuk browsing situs yang tidak berkaitan dengan pekerjaan untuk tujuan pribadi dan aktivitas memeriksa (termasuk menerima dan mengirim) email pribadi sebagai penyalahgunaan internet.

Perilaku *cyberloafing* ini dapat dikatakan sama dengan istilah *personal web usage at work* (penggunaan jaringan pribadi saat bekerja) yang diungkapkan oleh Anadarajan dan Simmers (2004). *Personal web usage at work* merupakan segala bentuk perilaku *online web* yang dilakukan oleh karyawan secara sengaja selama jam kerja dengan menggunakan berbagai sumber daya organisasi untuk aktivitas selain dari keperluan pekerjaan yang ditentukan.

Aspek-Aspek *Cyberloafing*. Lim dan Teo (2005) membagi *cyberloafing* menjadi dua aspek yaitu:

- a. *Emailing Activities* (Aktivitas Email) Tipe *cyberloafing* ini mencakup semua aktivitas penggunaan email yang tidak berkaitan dengan pekerjaan (tujuan pribadi) saat jam kerja. Contoh perilaku dari tipe *cyberloafing* ini adalah memeriksa, membaca, maupun menerima email pribadi.
- b. *Browsing Activities* (Aktivitas Browsing) Tipe *cyberloafing* ini mencakup semua aktivitas penggunaan akses internet perusahaan untuk browsing situs yang tidak berkaitan dengan pekerjaan saat jam kerja.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek *cyberloafing* terdiri dari dua aspek, yaitu *Minor Cyberloafing* dan *Serious cyberloafing*.

Konsep tentang *locus of control* pertama kali dikemukakan oleh Rotter pada tahun 1996 yang merupakan ahli teori pembelajaran sosial. *Locus of control* dapat diartikan sebagai cara pandang seseorang terhadap sesuatu peristiwa apakah dia dapat atau tidak dapat mengendalikan peristiwa yang terjadi pada dirinya. *Locus of control* menurut Kreitner dan Kinicki (2001) terdiri dari dua konstruksi yaitu internal dan eksternal, dimana apabila seseorang yang meyakini bahwa apa yang terjadi selalu berada dalam kontrolnya dan selalu mengambil peran serta bertanggung jawab dalam setiap pengambilan keputusan termasuk dalam internal *locus of control*, sedangkan seseorang yang meyakini bahwa kejadian dalam hidupnya berada diluar kontrolnya termasuk dalam *external locus of control*.

Locus of Control didefinisikan sebagai persepsi seseorang tentang sumber nasibnya (Robbins, 2003).

Menurut Brownell (1982) mengatakan bahwa *locus of control* adalah tingkatan dimana seseorang menerima tanggung jawab personal terhadap apa yang terjadi pada diri mereka. *Locus of control* dibedakan menjadi dua, yaitu *locus of control internal* dan eksternal.

Menurut Crider (2003) perbedaan karakteristik antara *locus of control* internal dan eksternal adalah sebagai berikut:

Locus of control internal

1. Suka bekerja keras.
2. Memiliki insiatif yang tinggi.
3. Selalu berusaha untuk menemukan pemecahan masalah.
4. Selalu mencoba untuk berfikir seefektif mungkin.

5. Selalu mempunyai persepsi bahwa usaha harus dilakukan jika ingin berhasil.

Locus of control eksternal

1. Kurang memiliki inisiatif.
2. Mudah menyerah, kurang suka berusaha karena mereka percaya bahwa faktor luarlah yang mengontrol.
3. Kurang mencari informasi.
4. Mempunyai harapan bahwa ada sedikit korelasi antara usaha dan kesuksesan.
5. Lebih mudah dipengaruhi dan tergantung pada petunjuk orang lain.

Customer retention merupakan bentuk loyalitas yang berhubungan dengan perilaku (*behavioural loyalty*) yang diukur berdasarkan perilaku beli konsumen yang ditunjukkan dengan tingginya frekuensi konsumen membeli suatu produk.

Sementara itu, loyalitas sendiri lebih mengacu pada sikap (*attitudinal loyalty*) yang diukur berdasarkan komponen-komponen sikap, keyakinan, perasaan, dan kehendak untuk melakukan pembelian (Buttle, 2004). Hal ini juga disampaikan oleh Ennew dan Binks (2000) bahwa loyalitas dan retensi merupakan hal yang berbeda. Para peneliti tersebut percaya bahwa loyalitas adalah *attitudinal construct* atau berhubungan dengan sikap pelanggan terhadap perusahaan dan retensi merupakan *behavioral construct* atau berhubungan dengan perilakunya terhadap perusahaan. . Ennew dan binks (2000) juga menyatakan bahwa meskipun sikap dan perilaku berhubungan, *positif attitude* tidak selalu menghasilkan perilaku pembelian ulang.

Berdasarkan landasan teori yang ada diduga bahwa :

1. Diduga bahwa *Perilaku Ciberloafing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Retantion* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square.

2. Diduga bahwa *Locus of Control* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square.
3. Diduga bahwa *Perilaku Cyberloafing*, dan *Locus of Control* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian eksplanatori. Metode eksplanatori adalah suatu metode dalam penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel – variabel melalui pengujian hipotesa, (Singarimbun, 1999).

Definisi Operasional

A. Variabel Bebas

Perilaku Cyberloafing (X1)

Askew (2012) mengatakan perilaku *Cyberloafing* merupakan tindakan yang dilakukan seorang pegawai dalam penggunaan beragam jenis perangkat komputer seperti komputer/laptop kantor, ponsel pintar, dan tablet yang digunakan pada waktu jam kerja dan atasan menganggap hal tersebut tidak berkaitan dengan pekerjaan yang dilakukan.

Adapun indikator variable perilaku *Cyberloafing* adalah

1. Menjelajah situs berita dan hiburan
2. Komunikasi dengan layanan pesan singkat
3. Download music/film/video
4. Shopping online
5. Bermain game online
6. Mengirim dan menerima pesan email

Locus of Control (X2)

Menurut Schemerhorn (dalam Hermawan, Francisca et. al. 2014) *Locus of control* ialah kepercayaan diri individu akan sesuatu hal yang berlangsung atau terjadi sepenuhnya berada pada kendali dirinya.

Adapun indikator variabel *Locus of Control* Internal adalah

1. percaya pada kemampuan,
2. minat terhadap kendali perilaku,
3. usaha.

Locus of control eksternal adalah

1. pasrah terhadap nasib,
2. percaya pada keberuntungan,
3. menilai sesuatu dari sudut pandang sosial ekonomi
4. mudah terpengaruh orang lain

Variabel Terikat

Customer Retention (Y)

Customer retention merupakan bentuk loyalitas yang berhubungan dengan perilaku (*behavioural loyalty*) yang diukur berdasarkan perilaku beli konsumen yang ditunjukkan dengan tingginya frekuensi konsumen membeli suatu produk.

Adapun indikator variabel *Customer Retention* sebagai berikut :

1. Intensif melakukan pembelian di Matahari Departemen Store Mantos
2. Intensif menggunakan Produk Matahari Departemen Store Mantos
3. Mengutamakan menggunakan Produk Matahari Departemen Store Mantos

Metode Analisis

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya *Perilaku Cyberloafing* (X1), *Locus of Control* (X2), secara (Partial) terhadap *Customer Retention* Pada Matahari Departemen Store Manado Town Square. Model variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam

fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005) :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

$Y = \text{Customer Retention}$

$a = \text{Konstanta}$

$b = \text{Koefisien regresi variabel X}$

$X = \text{Perilaku Cyberloafing (X1), Locus of Control (X2)}$,

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya *Perilaku Cyberloafing (X1)*, dan *Locus of Control (X2)*, secara bersama-sama (Simultan) terhadap *Customer Retention* di Matahari Departemen Store Manado Town Square.. Model hubungan tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

$Y = \text{Customer Retention}$

$X_1 = \text{Perilaku Cyberloafing}$

$X_2 = \text{Locus of Control}$

$a = \text{Konstanta}$

$b_1, b_2 = \text{Koefisien regresi}$

$e = \text{Standar error}$

Untuk menguji hipotesis, maka menggunakan uji F dan uji Z, untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikatnya.

Koefisien Korelasi Sederhana (R)

Koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui kuatnya pengaruh antara variabel tidak bebas dengan variabel bebas atau untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan antara variabel bebas (X) secara partial dengan variabel tidak bebas (Y). Semakin besar nilai R, maka semakin tepat model regresi yang dipakai sebagai alat permainan karena total variasi dapat menjelaskan variabel tidak bebas.

Menurut Riduan dalam bukunya Dasar-Dasar Statistika (2004), untuk menghitung koefisien korelasi sederhana digunakan rumus :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(X^2) - (\sum X)^2\}} \sqrt{\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Koefisien Korelasi Berganda (R)

$$r = \sqrt{\frac{b_1X_1Y + b_2X_2Y}{\sum Y^2}}$$

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent *Perilaku Cyberloafing (X1)*, *Locus of Control (X2)*, terhadap variabel dependen *Customer Retention* Pada Matahari Departemen Store Manado Town Square. (Y), dengan rumus :

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

$K_d = \text{seberapa jauh perubahan variabel terikat}$

$r^2 = \text{kuadrat koefisien korelasi}$

Uji F Digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel *dependent*.

Uji Z digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variable X dan Y dengan total sampel lebih besar dari 30 sampel dalam penelitian ini sampel lebih besar dari 30 sampel, apakah variabel *Perilaku Cyberloafing (X1)*, *Locus of Control (X2)*, benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y *Customer Retention* Pada Matahari Departemen Store Manado Town Square secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Cyber Loafing terhadap Customer Retention

Analisis Korelasi Sederhana

Tabel 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.693	.690	.9858

a. Predictors: (Constant), CYBERLOAFING

Hasil analisis korelasi dengan menggunakan Prog. SPSS. 26. Analisis Korelasi berguna untuk mengetahui besar hubungan antara variable bebas X dan Variabel Terikat Y. Hasil analisis menunjukkan hasil 0.832.

Angka 0.832 pada table Model Summary Koefisien Korelasi diatas jika dilihat dari Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi diatas berarti bahwa Variabel X *Cyber Loafing* memiliki hubungan yang sifatnya sangat kuat dengan Variabel Y *Customer Retention* karena berada pada interval koefisien 0.80-1.000.

Koefisien Determinasi

Hasil analisis menunjukkan angka sebesar 0.693 atau 69.30%. angka tersebut mempunyai arti yakni Variabel X *Cyber Loafing* memberikan pengaruh sebesar 69.30% sedangkan 30.70% dipengaruhi oleh factor lain diluar *Cyber Loafing*. Angka 69.30% jika di komunikasikan dengan table pedoman interpretasi tinggi rendahnya koefisien determinasi dibawah dapat diartikan bahwa Variabel *Cyber Loafing* memberikan pengaruh yang sifatnya Kuat terhadap *Customer Retention* karena berada pada kisaran 50% - 80%.

Uji T

Tabel 2
Coefficients

Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	LOCUS OF CONTROL	.000
	CYBERLOAFING	.000

Sig 0.000 < 0.05 terdapat pengaruh yang signifikan antara *Cyber Loafing* terhadap Y *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square.

Pengaruh Locus of Control terhadap Customer Retention

Analisis Korelasi Sederhana

Tabel 3

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 ^a	.723	.720	.93635

a. Predictors: (Constant), LOCUS OF CONTROL

Hasil analisis korelasi dengan menggunakan Prog. SPSS. 26. Analisis Korelasi berguna untuk mengetahui besar hubungan antara variable bebas X dan Variabel Terikat Y. Hasil analisis menunjukkan hasil 0.850.

Angka 0.850 pada table Model Summary Koefisien Korelasi diatas jika dilihat dari Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi diatas berarti bahwa Variabel X *Locus of Control* memiliki hubungan yang sifatnya sangat kuat dengan Variabel Y *Customer Retention* karena berada pada interval koefisien 0.80-1.000.

Koefisien Determinasi

Hasil analisis menunjukkan angka sebesar 0.723 atau 72.30%. angka tersebut mempunyai arti yakni Variabel X *Locus of Control* memberikan pengaruh sebesar 72.30% sedangkan 27.70% dipengaruhi oleh faktor lain diluar *Locus of Control*. Angka 72.30% jika di komunikasikan dengan table pedoman interpretasi tinggi rendahnya koefisien determinasi dibawah dapat diartikan bahwa Variabel *Locus of Control* memberikan pengaruh yang sifatnya Kuat terhadap *Customer Retention* karena berada pada kisaran 50% - 80%.

Uji T

Sig 0.000 < 0.05 terdapat pengaruh *Locus of Control* terhadap Y *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square. Pengaruh *Cyberloafing* dan *Locus of Control* terhadap *Customer Retention*

Analisis Korelasi Berganda

Tabel 4

Model Summary				
Mo del	R	R Squar e	Adjuste d R Square	Std. Error of the Estim ate
1	.891 ^a	.794	.790	.8118

a. Predictors: (Constant), CYBERLOAFING, LOCUS OF CONTROL

Hasil analisis korelasi dengan menggunakan Prog. SPSS. 26. Analisis Korelasi berguna untuk mengetahui besar hubungan antara variable bebas X dan Variabel Terikat Y. Hasil analisis menunjukkan hasil 0.891.

Angka 0.891 pada table Model Summary Koefisien Korelasi diatas jika dilihat dari Pedoman

Interpretasi Koefisien Korelasi diatas berarti bahwa Variabel X1 *Cyberloafing*, dan X2. *Locus of Control* secara bersama-sama memiliki hubungan yang sifatnya sangat kuat dengan Variabel Y *Customer Retention* karena berada pada interval koefisien 0.80-1.000.

Koefisien Determinasi

Hasil analisis menunjukkan angka sebesar 0.794 atau 79.40%. angka tersebut mempunyai arti yakni Variabel X1 *Cyberloafing*, dan X2. *Locus of Control* secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 79.40% sedangkan 20.60% dipengaruhi oleh faktor lain diluar X1 *Cyberloafing*, dan X2. *Locus of Control*. Angka 79.40% jika di komunikasikan dengan table pedoman interpretasi tinggi rendahnya koefisien determinasi dibawah dapat diartikan bahwa Variabel X1 *Cyberloafing*, dan X2. *Locus of Control* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang sifatnya Kuat terhadap *Customer Retention* karena berada pada kisaran 50%-80%.

Uji F

Sig 0.000 < 0.05 terdapat pengaruh X1 *Cyberloafing*, dan X2. *Locus of Control* secara bersama-sama terhadap Y *Customer Retention* pada Matahari Departemen Store Manado Town Square.

4. KESIMPULAN

Variabel *Cyberloafing* secara parsial memiliki hubungan yang sangat kuat (0.830) terhadap *Customer Retention* di Matahari Departemen Store Manado Town Square.

Variabel *Cyberloafing* secara parsial memiliki pengaruh yang sangat kuat (69.30%) terhadap *Customer Retention* di Matahari Departemen Store Manado Town Square.

Variabel *Locus of Control* secara parsial memiliki hubungan yang sangat kuat (0.850) terhadap *Customer Retention* di Matahari Departemen Store Manado Town Square.

Variabel *Locus of Control* secara parsial memiliki pengaruh yang sangat kuat (72.30%) terhadap Customer Retention di Matahari Departemen Store Manado Town Square.

Variabel *Cyberloafing* dan *Locus of Control* secara bersama-sama memiliki hubungan yang sangat kuat (0.891) terhadap Customer Retention di Matahari Departemen Store Manado Town Square.

Variabel *Cyberloafing* dan *Locus of Control* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang sangat kuat (79.40%) terhadap Customer Retention di Matahari Departemen Store Manado Town Square.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. 460 Hal.
- Amstrong, Garry & Philip, Kotler;. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih. Bahasa Alexander Sindoro. Jakarta: Prenhalindo.
- Aviv Shoham, Vassilis Dalakas, (2003). Family consumer decision making in Israel: the role of teens and parents. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 20 Issue: 3, pp.238-251
- A.W. Widjaja, 2006, *Administrasi Kepegawaian*, Jakarta, Rajawali.
- Amalia, Dewi. 2013. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure di Bursa Efek Indonesia"
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. "Manajemen Pemasaran Modern". (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Bilson Simamora, 2003, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Djaslim Saladin. 2004. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian)*, Bandung, Penerbit CV. Linda Karya
- Engel, James et al. (2006). *Consumer Behavior*. Mason: Permissions Department, Thomson Business and Economics.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Guiltinan, P. Joseph & Gordon, W. Paul, 1992, *Strategi dan Program. Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, Erlangga, Jakarta.
- Hahn, Fred E. 2002. *Manajemen Ritel*. Bandung. Alfabeta
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangg.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi. Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Manulang, 2002, *Manajemen Personalialia*, Jakarta ; Ghalia Indonesia
- Musanef, 2000, *Manajemen Kepegawaian di Indonesia*, PT Gunung Agung, Jakarta
- Sedarmayanti. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*, Cetakan Kelima, PT Refika Aditama
- Solomon dan Elnora. (2003). *Definisi Targeting*, thomasskurafi.wordpress.com, 15 Desember 2013.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung