



ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MINUMAN YOU C 1000 PADA PT.ASIA SEJAHTERA PERDANA PHARMACEUTICAL

Suhandi¹, Icin Quraysin²
^{1,2}Universitas Bina Bangsa
Email : iqsrikandi@gmail.com

Abstract

In an effort to maintain the sales performance of Youc 1000 drinks, there are many things that must be observed, among others, the more aggressiveness of several other beverage brands in marketing activities. The purpose of this study is to conduct research on the You C. regarding the acquisition process of new consumers, considering that there are many vitamin beverage industries on the market. Develop a marketing strategy that is deemed appropriate to carry out the acquisition of potential customers of You C 1000, through a large-scale promotional program that is right on target. Develop a marketing strategy that is deemed appropriate to reward loyal customers of You C 1000. The marketing strategy of You C 1000 health drink at PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical in the SWOT matrix analysis (figure 4.1) shows that the strategy is in an aggressive strategic position or is in the quadrant I or the growth quadrant where the company has the strength to face competition and has good opportunities. Strategic analysis illustrates that PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical has excellent strength. The weakness obtained from the analysis shows a weakness that is not difficult to repair or improve by PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical. Besides that, health drinks are also growing along with the increasing welfare and level of public awareness of health and stamina. One of the threat factors is the emergence of competitors with the same brand.

Keywords: *Analysis; Strategy; Marketing: You c 1000*

Abstrak

Dalam usaha mempertahankan kinerja penjualan minuman Youc 1000, banyak hal yang harus dicermati antara lain, semakin agresifnya beberapa merek minuman lain dalam melakukan kegiatan pemasaran.. Tujuan penelitian ini untuk melakukan penelitian pada minuman vitamin merek You C.1000, terutama pada hal-hal yang menyangkut proses *acquisition* konsumen baru, mengingat industri minuman vitamin banyak sekali di pasaran. Menyusun strategi pemasaran yang dirasakan tepat untuk melakukan *acquisition* calon-calon konsumen You C 1000, melalui program promosi yang besar-besaran yang tepat sasaran. Menyusun strategi pemasaran yang dirasakan tepat untuk melakukan *reward* pada konsumen-konsumen loyal You C 1000. Strategi pemasaran minuman kesehatan You C 1000 di PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical dalam analisa matrik SWOT (gambar 4.1) menunjukkan strategi tersebut dalam posisi strategi agresif atau berada pada kuadran I atau kuadran pertumbuhan dimana perusahaan memiliki kekuatan untuk menghadapi persaingan serta memiliki kesempatan yang baik. Analisa strategis memberikan gambaran bahwa PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical memiliki kekuatan yang sangat baik. Kelemahan yang diperoleh dari analisa tersebut menunjukkan suatu kelemahan yang tidak sulit diperbaiki maupun ditingkatkan oleh PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical. Disamping itu juga minuman kesehatan semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kesejahteraan dan tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan stamina tubuh. Salah satu faktor ancaman adalah munculnya pesaing- pesaing dengan *Brand* yang sama.

Kata Kunci: *Analisis;Strategi;Pemasaran;You c 1000*

PENDAHULUAN.

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya baik perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu perusahaan juga ingin memberikan kepuasan kepada konsumen atas produk yang yang dihasilkannya, karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur dari keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produk yangberkualitas, dan yang diinginkan oleh konsumen.

Perusahaan jasa harus dapat merancang strategi promosi yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuan perusahaan adalah dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan

jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu untuk menarik perhatian konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Dalam meningkatkan penjualan pemasaran masih memiliki peran yang sangat penting, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, melakukan perkembangan dan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memperoleh laba. Masyarakat pada umumnya sering menyamakan pemasaran dengan penjualan. Pandangan ini terlalu sempit karena penjualan hanya satu dari beberapa aspek yang ada pada pemasaran. Pemasaran berusaha mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen pasar sasarannya serta bagaimana memuaskan mereka melalui proses pertukaran dengan tetap memperhatikan semua pihak dan tujuan yang terkait dengan kepentingan perusahaan. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu dengan memilih promosi yang tepat dalam memasarkan jasa.

Dalam mencapai strategi pemasaran yang tepat dan terbaik untuk diterapkan, salah satunya perusahaan dapat melihat dari bauran pemasaran. Hal tersebut penting karena bauran pemasaran merupakan salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk menjangkau konsumen dan produk yang ditawarkan akan sia-sia. Pemasaran merupakan salah satu ilmu ekonomi yang telah lama berkembang, dan sampai pada saat sekarang ini pemasaran sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan untuk bisa bertahan di dalam pangsa pasar. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang dapat memberikan pengaruh untuk menentukan berhasil atau tidaknya dalam memasarkan produknya. Apabila strategi pemasaran yang dilaksanakan perusahaan mampu memasarkan produknya dengan baik, hal ini akan berpengaruh terhadap tujuan perusahaan.

Gambar 4.1 You C 1000 Rasa Lemon	Gambar 4.2 You C 1000 Rasa Orange	Gambar 4.3 You C 1000 Rasa Apple
		

Youc 1000 adalah minuman kesehatan yang di produksi oleh PT. Djojonegoro C1000, dengan memberikan kepercayaan kepada PT. Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical yang beralamat di Jln. Gatot Subroto Kav 99. Jakarta Selatan, untuk memasarkan produk ini ke masyarakat luas khususnya di Indonesia. Youc 1000 merupakan minuman kesehatan dengan kemasan beling mengandung soda dan vitamin C 1000mg, dengan varian rasa lemon, orange, apple, yang diimpor dari Italia langsung dan diproduksi di Indonesia dengan campuran air gunung salak di daerah Cicurug Sukabumi Jawa Barat, dengan menggunakan mesin-mesin dari Jepang sebagai lisensi dari PT. Takeda Jepang.

Dimana jaman sekarang ini gaya hidup manusia yang serba sibuk dengan berbagai macam aktivitasnya, ditambah dengan tingkat stress yang tinggi, akibat dari tekanan pekerjaan, macet, polusi, dan gaya hidup yang kurang sehat terutama para perokok dan peminum berat, dan sebagainya, dibutuhkan asupan minuman kesehatan yang praktis yaitu vitamin Youc 1000, selain harus mengkonsumsi makanan yang bergizi, untuk menjaga daya tahan tubuh agar tidak kena serangan penyakit, sehingga bisa tetap menjalankan aktivitas masing-masing.

1. Mengurangi efek buruk rokok dan polusi udara.
2. Melindungi dari infeksi virus pilek dan influenza.
3. Menjaga kekebalan tubuh dan mempercepat penyembuhan.
4. Penting bagi tulang dan gigi dan gusi.
5. Mengatasi kelelahan dan stress.
6. Menjaga kesehatan kulit dan meningkatkan stamina tubuh.
7. Mengurangi resiko penyakit jantung, kolestrol, dan anti alergi.
8. Mengurangi resiko terkena kanker.

Dalam usahanya mempertahankan kinerja penjualan minuman Youc 1000, banyak hal yang harus dicermati antara lain, semakin agresifnya beberapa merek minuman lain dalam melakukan kegiatan pemasaran, harus ditingkatkan lagi promosi baik melalui elektronik maupun cetak, penjualan langsung ke konsumen baik melalui Salesman maupun *Sales promotin girl*, diharapkan mereka bisa menjadi duta produk, sehingga bisa menyampaikan kepada konsumen akan manfaat minum vitamin Youc 1000, dengan demikian mereka bisa membelinya. Disamping itu, tingkat kepedulian konsumen akan kesehatan, terutama bagi mereka yang tidak peduli akan kesehatan dan masih banyak masyarakat beranggapan bahwa kalau minum Youc 1000 akan sakit magg atau sakit lambung. Hal ini membuat kestabilan kinerja penjualan Youc 1000 menjadi terancam.

Disinilah tantangan dari para pemasar Youc 1000, bagaimana caranya melakukan program pemasaran yang tepat untuk menjaga kestabilan penjualan minuman vitamin merek Youc 1000 di masa depan. Hal yang paling utama yang perlu dilakukan oleh tim pemasar Youc 1000 yakni adalah sesegera mungkin untuk melakukan peremajaan konsumen (*acquisition program*). Strategi ini

meskipun akan memakan waktu dan sumber daya yang besar, namun keberhasilan program akuisisi konsumen baru akan berdampak panjang terhadap kestabilan penjualan Youc 1000 di pasaran. Di sisi lain, proses *acquisition* keberhasilannya akan terlihat pada waktu yang tidak cepat, untuk itu perlu juga ditunjang dengan strategi pemasaran yang bisa memberikan hasil penjualan dengan cepat, yakni dengan memelihara para peminum loyal Youc 1000 (*reward program*). Dari uraian latar belakang masalah di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Minuman Kesehatan You C 1000 Pada PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical”.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Strategi Pemasaran Penjelasan di atas yang menguraikan tentang pengertian apa itu strategi dan apa itu pemasaran, dapat menjadi jembatan awal untuk memahami apa itu strategi pemasaran. Penulis akan menguraikan beberapa pengertian strategi pemasaran yang penulis ambil dari beberapa sumber,

- a. Muhammad Syakir sula strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik eksplisit maupun implisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuan.
- b. Tull dan Keble menyampaikan dengan pengertian strategi pemasaran adalah sebagai alat yang fundamaental yang direncanakan untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga dengan mengembangkan keunggulan yang berkesinambunfan melalui pasar yang dimasuki dan program-program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.
- c. Sofjan Assauri, dalam buku manajemen pemasarannya menyampaikan bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif Deskriptif, melalui proses obsevasi, wawancara dan dokumentasi. Analisa yang digunakan adalah Analisis Matriks SWOT dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki produk minuman kesehatan Youc-1000 yang di produksi oleh PT, Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical. Infromasn yang dijadikan sebagai narasumber diantaranya: Departemen Marketing, Salesman, Pedagang yang menjual produk You.1000, Konsumen,

PEMBAHASAN

1. Analisis SWOT.

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threat*) adalah analisis yang didasarkan atas faktor eksternal dan faktor internal PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical.

Strength dan weakness merupakan faktor internal perusahaan yang berada dalam kendali, sehingga faktor ini bersifat controllable. *Strength* adalah kekuatan (keunggulan) yang secara komparatif dimiliki oleh PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical, sehingga semakin besar elemen kekuatan ini akan memberi dampak positif. Sedangkan *weakness* merupakan kelemahan yang secara komparatif dimiliki oleh perusahaan, sehingga elemen ini akan berdampak negatif bagi perusahaan tersebut. Sementara *Opportunity* dan *Threat* merupakan faktor eksternal yang tidak bisa dikendalikan oleh PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical, adalah menyajikan peluang sukses bagi perusahaan yang berasal dari luar perusahaan. Sedangkan *Threat* merupakan ancaman yang datang dari luar yang berpotensi mengganggu/mengancam kelangsungan hidup PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical. Untuk mengetahui posisi perusahaan dalam meningkatkan strategi pemasaran atau dalam memasuki pasaran di Indonesia maupun di luar negeri dapat diketahui melalui pendekatan analisis SWOT, yaitu analisis terhadap faktor internal dan eksternal. Adapun faktor internal tersebut sebagai berikut :

2. Analisis Lingkungan Internal

a) Kekuatan (*Strength*)

- 1) Distribusi You C 1000 banyak terbantu karena jaringan distribusi kelompok PT. Djojonegoro dan PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical yang terkenal tangguh.
- 2) Gencarnya promosi di media massa, TV dan sponsor dalam *event-event* tertentu.
- 3) Iklan You C 1000 menggunakan Miss Universe setiap tahun, sesuai dengan pergantian dari Mrs. Universe itu sendiri, dengan tujuan selain pasar dalam negeri juga pasar luar negeri, dapat mencuri perhatian masyarakat di pasaran sebagai simbol gaya hidup sehat “Healthy Inside Frsh Outside” Memiliki strategi sistem pemasaran dan publikasi yang terstruktur terhadap konsumen
- 4) Memiliki bayak varian rasa yang berbeda.

b) Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Inovasi dan ekspansi yang lambat dalam mengatasi pesaing dan memenuhi keinginan pasar.
- 2) You C 1000 hanya berbasis pada kategori minuman dan belum merambah ke sektor lain.
- 3) Biaya produksi yang tinggi.
- 4) You C 1000 sulit untuk menginspirasi visi dan arah perusahaan global yang besar.
- 5) Kurang meratanya sistem pendistribusian di setiap wilayah.

Setelah diketahui faktor-faktor internal berikut ini akan penulis identifikasi faktor-faktor Eksternal sebagai berikut :

3. Analisis Lingkungan Eksternal

a. Opportunity (Peluang)

- 1) Industri minuman ringan memiliki potensi yang amat besar untuk di kembangkan.
- 2) Produk minuman kesehatan mampu berkembang di pasaran dan memiliki jumlah peminat yang besar.
- 3) Minuman kesehatan semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kesejahteraan dan tingkat kesadaran masyarakat terhadap stamina tubuh, dan gaya hidup sehat.
- 4) Distribusi tersebar di seluruh wilayah Indonesia, sehingga YOU C 1000 mudah menarik pelanggan di seluruh wilayah di Indonesia.

b. Ancaman (Treat)

- 1) Pesaing-pesaing baru yang masuk dalam bisnis yang mencoba menggarap pasar baru atau mencari posisi baru yang berbeda dari konsumen.
- 2) Banyak konsumen yang mulai beralih pada *brand* lain.
- 3) Tingginya harga bahan mentah.
- 4) Kesulitan mengatur seluruh anak perusahaan secara nasional.
- 5) Adanya pesaing baru dari produk yang sama dengan berbagai varian.
- 6) Masih kurangnya kesadaran dari masyarakat akan hidup sehat dan gaya hidup sehat.

4. Perhitungan Faktor-faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.

Tabel 4.1 Kekuatan (*Strength*)

No	ITEM	BOBO T	SKAL A	NILA I
1.	Distribusi You C 1000 banyak terbantu karena jaringan distribusi kelompok PT. Djonegoro dan PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical yang terkenal	0,27	5	1,35
2.	tangguh. Gencarnya promosi di media massa, TV dan sponsor dalam <i>event-event</i> tertentu.	0,17	3	0,51

3.	Iklan You C 1000 menggunakan Miss Universe setiap tahun,sesuai dengan pergantian dari Mrs.Universe itu sendiri dengan tujuan selain pasar dalam negeri juga pasar luar negeri, dapat mencuri perhatian masyarakat di pasaran sebagai simbol gaya hidup sehat.	0,22	4	0,88
4.		0,17	3	0,51
		0,17	3	0,51
5.	Memiliki strategi sistem pemasaran dan publikasi yang terstruktur terhadap konsumen. Memiliki bayak varian rasa yang berbeda.			
JUMLAH		1,00		3,76

Skala Penilaian :

1. Sangat Tidak Penting
2. Tidak Penting
3. Cukup Penting
4. Penting
5. Sangat Penting

Tabel 4.2. Kelemahan (Weaknes)

No	ITEM	BOBOT	SKAL A	NIL AI
1.	Inovasi dan ekspansi yang lambat dalam mengatasi pesaing dan memenuhi keinginan pasar.	0,2	4	0,8
2.	You C 1000 hanya berbasis pada kategori minuman dan belum merambah ke sektor lain.	0,25	5	1,25
3.		0,2	4	0,8

4.	Biaya produksi yang tinggi.	0,15	3	0,45
5.	You C 1000 sulit untuk menginspirasi visi dan arah perusahaan global yang besar.	0,2	4	0,8
	Kurang meratanya sistem pendistribusian di setiap wilayah			
JUMLAH		1,00		4.1

Tabel 4.3 Peluang (Opportunity)

No	ITEM	BOBOT	SKAL A	NILAI
1.	Industri minuman ringan memiliki potensi yang amat besar untuk di kembangkan.	0,29	5	1,45
2.	Produk minuman kesehatan mampu berkembang di pasaran dan memiliki jumlah peminat yang besar.	0,23	4	0,92
3.	Minuman kesehatan semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kesejahteraan dan tingkat kesadaran masyarakat terhadap stamina tubuh.	0,17	3	0,51
4.	Distribusi tersebar di seluruh wilayah Indonesia, sehingga YOU C 1000 mudah menarik pelanggan di seluruh wilayah di Indonesia.	0,29	5	1,45
JUMLAH		1,00		4,33

Skala Penilaian :

1. Sangat Tidak Penting
2. Tidak Penting
3. Cukup Penting
4. Penting
5. Sangat Penting

Tabel 4.4 Ancaman (*Threat*)

No	ITEM	BOBOT	SKALA	NILAI
1.	Pesaing-pesaing baru yang masuk dalam bisnis yang mencoba menggarap pasar baru atau mencari posisi baru yang berbeda dari konsumen.	0,17	4	0,68
2.	Banyak konsumen yang mulai beralih pada <i>brand</i> lain.	0,13	3	0,39
3.	Tingginya harga bahan mentah.	0,17	4	0,68
4.	Kesulitan mengatur seluruh anak perusahaan secara nasional.	0,13	3	0,39
5.	Adanya pesaing baru dari produk yang sama dengan berbagai varian.	0,2	5	1
6.	Masih kurangnya kesadaran dari masyarakat akan hidup sehat dan gaya hidup sehat.	0,17	4	0,68
JUMLAH		1,00		3,82

Skala Penilaian :

1. Sangat Tidak Mengancam
2. Tidak Mengancam
3. Cukup Mengancam
4. Mengancam

5. Sangat Mengancam

Dari hasil analisis tersebut menghasilkan :

Strength = 3.76

Weakness = 4.1

Opportunity = 4.33

Treatment = 3.82

$$S + W = 3.76 + 4.1 = 7.86$$

$$O + T = 4.33 + 3.82 = 8.15$$

Untuk selanjutnya, agar dapat diketahui strategi berdasarkan data-data nilai eksternal dan internal digunakan matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*).

Gambar 4.5. MATRIKS SWOT

		O	
		8.15	
S W	Strategi Putar Haluan		Strategi Agresif
	Strategi Bertahan	7.86	Strategi Diversifikas
		i	

Berdasarkan Matriks SWOT tersebut diatas, maka strategi pemasaran minuman kesehatan You C 1000 Di PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical berada pada posisi Strategi Agresif atau Kuadran I (nilai 8.15 untuk peluang dan

7.86 untuk kekuatan). Ini berarti bahwa usaha jasa minuman kesehatan You C 1000 yang dilakukan berada pada kondisi yang paling menguntungkan, banyak kesempatan dan kekuatan yang dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada saat multi krisis seperti sekarang ini.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pada bab hasil analisa dan pembahasan, penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian atau penulisan tesis ini. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran minuman kesehatan You C 1000 di PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical dalam analisa matrik SWOT (gambar 4.1) menunjukkan strategi tersebut dalam posisi strategi agresif atau berada pada kuadran I atau kuadran pertumbuhan dimana perusahaan memiliki kekuatan untuk menghadapi persaingan serta memiliki kesempatan yang baik.
2. Analisa strategis memberikan gambaran bahwa PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical memiliki kekuatan yang sangat baik. Kelemahan yang diperoleh dari analisa tersebut menunjukkan suatu kelemahan yang tidak sulit diperbaiki maupun ditingkatkan oleh PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical. Disamping itu juga minuman kesehatan semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kesejahteraan dan tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan stamina tubuh. Salah satu faktor ancaman adalah munculnya pesaing-pesaing dengan *Brand* yang sama.

Saran-Saran

Pada bab penutup, penulis mencoba memberikan saran-saran yang mungkin berguna bagi PT Asia Sejahtera Perdana Pharmaceutical. Adapun saran-saran adalah sebagai berikut:

3. Pembenahan dan pengembangan kualitas sumberdaya manusia dalam hal penerapan strategi pemasaran yang efektif, Meningkatkan kemampuan pemasaran untuk memanfaatkan peluang permintaan pasar yang relatif belum terpenuhi mengenai minuman kesehatan You C 1000 yang varian rasanya lebih banyak.
4. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas minuman kesehatan You C 1000 yang semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kesejahteraan dan tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan stamina tubuh.
5. Menggali pangsa pasar potensial (*potensial market*) yang ada dengan mengoptimalkan kinerja bagian pemasaran untuk memperluas pangsa pasar yang sudah ada mengingat masih besarnya pangsa pasar yang belum dapat diraih.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta. 2000. Manajemen Penjualan. Yogyakarta : Penerbit BPFI.
- _____. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Liberty.
- _____. 2001. Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta : BPFE.
- Buchari Alma. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta : Penerbit Liberty.
- _____. 2004. Azas-azas Marketing. Yogyakarta : Liberty.
- Craven. 2004. *Strategic Marketing*, 7th Ed, Mc Graw-Hill, Singapore Duncan.

- Djaslim Saladin. 2003. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Edisi Kedua. Bandung : CV. Linda Karya.
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. 2009. *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta.
- Gregorius Chandra. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.
- Hendra Teguh. 2000. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*, Jakarta : PT Prenhallindo.
- Henry Simamora. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid kedua. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler & Armstrong. 2008. *Principles of Marketing*. 12 Edition. Pearson Education, Inc., New Jersey.
- _____. 2001. *Riset Pemasaran*, Cetakan Keempat, Gramedia, Jakarta.
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- _____. 2004. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Terjemahan Drs. Benyamin. Molan. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kurtz. 2008. *Principle of Marketing*, 12th edition, Prentice. Hall, New Jersey. Masri Singarimbun. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Pustaka LP3ES. Moekijat, 2000. "Kamus Manajemen" ,Penerbit CV. Mandar Maju, Bandung