

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP MASYARAKAT
TERHADAP BEBERAPA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI
PADANGSIDIMPUAN (STUDI KASUS DI STKIP TAPANULI SELATAN)****Sri Hartini**

Sri Hartini, STKIP Tapanuli Selatan, Padangsidimpuan

*Email: sri_hartini050271@gmail.com***ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi sikap masyarakat Padangsidimpuan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi, untuk melihat sejauh mana sikap masyarakat Padangsidimpuan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang melibatkan 100 orang responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan pembagian kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan formula statistik, yakni dengan menggunakan analisis regresi berganda yang pengolahannya dilakukan dengan program SPSS versi 17. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel (biaya, program studi, akreditasi) berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi. Berdasarkan hasil penelitian, maka hipotesis 1 yang menyatakan, diduga bahwa terdapat pengaruh positif antara faktor-(biaya, program studi, akreditasi) terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi dapat diterima.

Kata kunci: Biaya, Program Studi, Akreditasi Keputusan**PENDAHULUAN**

Pendidikan merupakan salah satu aspek yang dapat menggambarkan bagaimana kualitas sumber daya manusia dalam suatu negara. Semakin bagus kualitas pendidikan dalam sebuah negara akan semakin besar kesempatan bagi negara tersebut untuk mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusianya karena peningkatan kualitas pendidikan merupakan sebuah proses dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Perlu diketahui bahwa kualitas sumber daya manusia merupakan salah satu prasyarat dan termasuk salah satu tolak ukur dalam pencapaian tujuan pembangunan. Salah satu wahana untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia tersebut adalah pendidikan.

UU Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003 menyatakan bahwa, tujuan pendidikan nasional adalah mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya yaitu manusia yang bertakwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan keterampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan mandiri serta tanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan.

Di sekitar Padangsidimpuan terdapat beberapa perguruan tinggi swasta, peneliti akan membandingkan tiga perguruan tinggi swasta diantaranya yaitu Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS), Universitas Graha Nusantara (UGN) dan STKIP Tapanuli Selatan. Terdapat perbedaan karakteristik pada tiga perguruan tinggi tersebut, terutama STKIP Tapanuli Selatan yang khusus perguruan tinggi yang bersifat Kependidikan sedangkan UGN dan UMTS memiliki dua karakteristik kependidikan dan non kependidikan.

Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS), sebagai universitas yang memiliki karakter kependidikan dan non kependidikan yang terdiri dari FKIP yaitu dengan program studi PPKN, Akuntansi, Bahasa dan Sastra Indonesia, Bahasa Inggris, Matematika, Fisika, Biologi, Kimia, Bimbingan Konseling. Sementara untuk non FKIP yaitu FISIPOL, Hukum, Pertanian, Peternakan, dan FAI.

Universitas Graha Nusantara (UGN) memiliki lima fakultas yang menaungi 13 program studi. Semua program studi telah terakreditasi dengan nilai C, kecuali satu lagi program studi lagi yakni Pendidikan bahasa Inggris yang masih dalam tahap pengusulan BAN-PT. UGN

sendiri telah beroperasi tahun 1987 setelah terdaftar berdasarkan surat keputusan Mendikbud RI no, 0571/1/0/1987 tertanggal 22 Septembet 1987 melalui Kopertis Wilayah I (Aceh-SUMUT)

Berdasarkan pengamatan dan wawancara informal yang dilakukan peneliti (2016) terhadap mahasiswa, ataupun orangtua dan masyarakat ada beberapa pertimbangan dalam menentukan pilihan untuk melanjutkan pendidikan tinggi, diantaranya Program studi, biaya, alumni, sistem perkuliahan, akreditasi dari suatu perguruan tinggi tersebut

Sikap masyarakat terhadap beberapa perguruan tinggi ini berbeda-beda dan setiap individu ini akan menjatuhkan pilihannya dengan pertimbangan yang matang misalnya program studi yang sesuai dengan biaya yang terjangkau, alumni dari perguruan tinggi tersebut dapat diterima sebagai PNS, sistem perkuliahan, akreditasi yang telah diakui BAN PT.

Namun bagaimanakah sikap masyarakat terhadap beberapa perguruan tinggi swasta di Padangsidempuan oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk mengetahui bagaimanakah sikap masyarakat terhadap beberapa perguruan tinggi swasta di Padangsidempuan. Disini penulis menganggap bahwa suatu perguruan tinggi adalah pemasar yang menawarkan suatu produk, dalam hal ini adalah produk Jasa. Dari uraian di atas penulis menetapkan judul penelitian ini adalah “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Masyarakat Terhadap Beberapa Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus Di STKIP Tapanuli Selatan)”

Hakikat sikap masyarakat

Sikap masyarakat terhadap perguruan akan mempengaruhi pilihan mereka dalam menentukan tujuan pendidikan. Sikap positif terhadap perguruan tinggi tertentu akan memungkinkan masyarakat menentukan pilihan terhadap perguruan tinggi itu, sebaliknya sikap negatif akan menghalangi masyarakat dalam menentukan pembelian.

Schifman dan Kanuk yang dikutip (Simamora: 2007;152) menyatakan bahwa Sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek. Objek yang dimaksud bisa berupa merek, layanan, pengecer, perilaku tertentu, dan lain-lain.

Menurut Husein Umar mendefinisikan sikap : “ sikap adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap sesuatu objek atau gagasan.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu obyek apakah disukai atau tidak disukai, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari obyek tersebut.

Menurut Engel et al, sikap terdiri dari lima dimensi, yaitu

1. Dimensi pertama adalah arah(*valance*)
Dimensi ini berkaitan dengan kecendrungan sikap, apakah positif, netral ataukah negatif.
2. Dimensi kedua adalah extremitas (*extremity*)
Intensitas kearah positif atau negatif. Dimensi ini didasari oleh asumsi bahwa perasaan suka atau tidak suka memiliki tingkatan-tingkatan, adanya extremitas memungkinkan konsumen untuk membandingkan sikap.
3. Dimensi ketiga adalah resistensi (*resistence*)
Tingkat kekuatan sikap untuk tidak berubah. Sikap memiliki perbedaan konsisten. Ada yang mudah berubah (tidak konsisten) ada pula yang sulit berubah (konsisten).
4. Dimensi yang keempat adalah persistensi (*persistence*)
Dimensi ini berkaitan dengan perubahan sikap secara gradual yang disebabkan oleh waktu. Sikap tidak abadi. Seiring perubahan waktu, sikap juga berubah. Pada waktu masih muda, seorang wanita memiliki sikap positif terhadap rok mini, setelah tua, sikapnya berubah menjadi negatif.
5. Dimensi yang kelima adalah tingkat keyakinan (*confidance*)
Dimensi ini berkaitan dengan seberapa yakin seseorang akan kebenaran sikapnya. Dimensi ini dekat dengan perilaku. Suatu sikap yang diikuti oleh keyakinan tinggi, selain lebih sulit berubah, juga besar kemungkinannya diwujudkan dalam perilaku

Fungsi Sikap

Menurut Simamora (2004) Sikap memiliki empat fungsi untuk seseorang, yaitu :

1. Fungsi Penyesuaian (*Adjustment Function*)
Mengarahkan kepada objek yang menyenangkan atau mendatangkan manfaat serta menjauhkan orang-orang yang tidak menarik atau tidak diinginkan.
2. Fungsi Pertahanan Ego (*Ego Defensive Function*)
Sikap yang terbentuk untuk melindungi ego merupakan wujud dari fungsi pertahanan ego.
3. Fungsi Ekspresi Nilai (*Value Defensive Function*)
Dengan sikap, seseorang dimungkinkan untuk mengekspresikan nilai-nilai yang diyakininya. Setiap orang akan berusaha menerjemahkan nilai-nilai yang diyakininya kedalam konteks sikap yang lebih nyata.
4. Fungsi Pengetahuan (*Knowledge Function*)
Fungsi-fungsi inilah yang merupakan dasar yang memotivasi pembentukan dan penguatan sikap positif terhadap objek yang memuaskan kebutuhan atau sikap negatif terhadap objek yang mendatangkan kerugian.

Komponen Sikap

Menurut Schiffman (2004) komponen sikap terdiri dari :

1. Komponen Kognitif
Pengetahuan dan persepsi yang diperoleh berdasarkan kombinasi pengalaman langsung dengan objek sikap dan informasi yang berkaitan dari berbagai sumber. Pengetahuan ini dan persepsi yang ditimbulkannya biasanya mengambil bentuk kepercayaan, yaitu kepercayaan konsumen bahwa objek sikap mempunyai berbagai sifat dan bahwa perilaku tertentu akan menimbulkan hasil-hasil tertentu.
2. Komponen Afektif
Emosi atau perasaan konsumen mengenai produk atau merk tertentu merupakan komponen afektif dari sikap tertentu. Emosi dan perasaan ini sering dianggap oleh para peneliti konsumen sangat evaluatif sifatnya, yaitu mencakup penilaian seseorang terhadap objek sikap secara langsung dan menyeluruh atau sampai dimana seseorang menilai objek sikap “menyenangkan” atau “tidak menyenangkan”, “bagus” atau “jelek”.
3. Komponen Konatif
Kemungkinan atau kecenderungan bahwa individu akan melakukan tindakan khusus atau berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek sikap tertentu. Menurut beberapa penafsiran, komponen konatif mungkin mencakup perilaku sesungguhnya itu sendiri

Karakteristik Sikap

Menurut Loudren dkk (2004:505) Sikap memiliki beberapa karakteristik penting, yaitu :

1. Objek
Objek sikap bisa abstrak bisa pula nyata, objek juga bisa individual atau sekumpulan entitas dan bisa juga bersifat spesifik atau umum.
2. Arah, Ukuran dan Intensitas, yaitu
 - a. Arah
Apakah seseorang suka atau tidak suka akan suatu objek
 - b. Ukuran
Seberapa banyak seseorang menyukai atau tidak menyukai suatu objek.
 - c. Intensitas
Seberapa kuat perasaan seseorang akan pilihannya.
3. Struktur
Sikap dapat mencerminkan keteraturan, yang berarti adanya hal yang konsisten.

Perubahan Sikap

Untuk dapat merebut pangsa pasar, perubahan dapat mengubah sikap konsumen. Ada lima cara untuk mengubah sikap konsumen, yaitu : (Simamora, 2005: 152)

1. Mengubah fungsi dasar motivasi
Sikap terhadap produk dapat diubah secara efektif dengan menciptakan kebutuhan baru.

2. Mengasosiasikan produk dengan event atau grup special
Produk dapat bekerja sama dengan event atau grup special sehingga apabila bersikap positif terhadap event atau grup special maka kemungkinan akan membentuk sikap positif terhadap produk tersebut.
3. Menyesuaikan dua sikap yang bertentangan
Keberhasilan suatu produk dapat dipengaruhi oleh kemampuannya untuk menyelesaikan dua hal yang bertentangan, hal ini dapat menarik perhatian konsumen untuk lebih bersikap positif terhadap produk.
4. Mengubah komponen Multiatribut

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan pada masyarakat Padangsidimpuan dimulai Januari tahun 2017 hingga bulan Juni 2017

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis tempuh dalam usaha memperoleh data yang relevan untuk pemecahan dan penganalisaan permasalahan. Data-data tersebut dapat diperoleh melalui dua cara, yaitu:

1. Penelitian Pustaka (*Library research*), yaitu pengumpulan data teoritis dengan cara menelaah berbagai literatur dan bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
2. Penelitian lapang (*Field research*), yaitu dengan cara :
 - a. Wawancara
Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu para masyarakat wilayah Padangsidimpuan yang terpilih sebagai responden guna mendapatkan data-data yang diperlukan.
 - b. Kuesioner
Kuesioner yang dibagikan secara langsung oleh penulis kepada responden yang ditemui di wilayah Padangsidimpuan yang memiliki perguruan Tinggi STKIP Tapanuli Selatan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan harus dapat dibuktikan kebenarannya, tepat waktu, sesuai dan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh. Maka jenis data yang digunakan adalah:

1. Data Kuantitatif, yaitu data dalam bentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
2. Data Kualitatif, yaitu data yang bukan dalam bentuk angka, yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pelanggan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh melalui hasil penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden yang menjadi sampel dari penelitian ini yakni mengenai sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Speedy.
- b. Data Sekunder adalah data pendukung yang biasanya dapat diperoleh dari literatur-literatur bahan kepustakaan dan dokumen-dokumen perguruan tinggi swasta yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat padangsidimpuan. Kemudian sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi yang dianggap mewakili sehingga dapat digeneralisasikan secara keseluruhan. Teknik purposive sampling, yaitu sampel ditentukan dengan cara memilih siapa saja yang ditemui pada saat penelitian atau pengumpulan data berlangsung sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh peneliti sampai memenuhi jumlah sampel minimum berdasarkan ketentuan hasil perhitungan jumlah sampel, dalam hal ini wawancara atau pemberian kuesioner diberikan pada saat peneliti bertemu dengan pemilih perguruan tinggi STKIP Tapanuli Selatan yang dipandang sesuai dengan kriteria sebagai

sumber data.

Untuk menentukan ukuran sampel, maka digunakan rumus Slovin, sebagai berikut sebanyak 100 responden (Husein Umar, 2008)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi

Analisis regresi antara faktor biaya, program studi, alumni, akreditasi, terhadap keputusan masyarakat dimaksudkan untuk mengetahui pola dan mengukur perubahan pengaruh faktor biaya, program studi, alumni, akreditasi terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi. Berdasarkan pengolahan data hasil kuesioner dengan menggunakan komputerisasi dengan program SPSS versi 17 diperoleh hasil seperti pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Analisis Faktor biaya, program studi, akreditasi Terhadap Keputusan Memilih perguruanTinggi

Variabel	Koefisien regresi	Sig	thit
(Constanta)	2,129	0.118	1.575
biaya	0,562	0,000	6.492
Prgram studi	0,166	0,002	3.220
Akreditasi	0,174	0,034	2,147
R = 0,786 Sig = 0,000			
R ² = 0,618 F = 51.732			

Sumber : Lampiran SPSS

Berdasarkan tabel 1 yang diperoleh dari hasil pengolahan data komputerisasi dengan menggunakan program SPSS Versi 17 maka diperoleh persamaan regresi berganda (lihat lampiran) sebagai berikut :

$$Y = 2.129 + 0,562 X_1 + 0,166 X_2 + 0,174 X_3$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- b₀ = 2.192 menunjukkan bahwa biaya , program studi, akreditasi , mempengaruhi keputusan masyarakat sebesar 2.192%.
- b₁ = 0,562 menunjukkan bahwa jika biaya ditingkatkan satu satuan maka dapat diikuti peningkatan keputusan masyarakat sebesar 0,562%.
- b₂ = 0,166 menunjukkan bahwa jika program studi ditingkatkan sebesar satu satuan maka dapat diikuti oleh keputusan masyarakat sebesar 0,166%.
- b₃ = 0,174 menunjukkan bahwa akreditasi ditingkatkan sebesar satu satuan maka dapat di ikuti oleh peningkatan keputusan masyarakat sebesar 0,174%.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Dari hasil analisis pengolahan data antara faktor-faktor (biaya, program studi, akreditasi) dalam keputusan masyarakat memilih perguruan tinggi menunjukkan bahwa besarnya nilai R = 0,786. Artinya, korelasi faktor-(biaya, program studi, akreditasi) terhadap keputusan pembelian speedy mempunyai hubungan yang sangat erat dan positif sebab nilai koefisien korelasi mendekati +1.

Tetapi, pengaruh yang diberikan variabel independen (X) terhadap varieabel dependen (Y) yang ditunjukkan oleh R *square* (R²) pada tabel XI hanya sebesar 0,618. Artinya, 61,8% keputusan masyarakat memilih perguruan tinggi dipengaruhi ketiga faktor faktor (biaya, program studi, akreditasi), sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Uji F

Pada penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh faktor biaya, program studi, akreditasi terhadap keputusan masyarakat memilih perguruan tinggi. Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel.

Berdasarkan hasil regresi dari tabel diatas menunjukkan bahwa F hitung sebesar 51,732

atau 51,73 (pembulatan 2 angka dibelakang koma). Untuk mengetahui F tabel, terlebih dahulu ditentukan derajat kebebasan (df1 dan df2). Dengan menggunakan signifikansi $\alpha = 5\%$, df1 (jumlah variabel – 1) = 3, dan df2 (n-k-1) atau $100-3-1 = 96$ (dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen).

Untuk tabel F yang disusun oleh Junaidi Chaniago (2008, diakses 4 Mei 2012), df1 disebut sebagai df untuk pembilang (N1) dan df2 disebut sebagai df untuk penyebut (N2). Dengan demikian, F tabel yang dicari terdapat diantara baris $N2 = 96$ dengan kolom $N1 = 3$. Sehingga F tabel yang diperoleh adalah 2,70. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ (51,73 > 2,70), maka penulis menyimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dari faktor-faktor biaya, program studi, akreditasi terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi terbukti kebenarannya.

Uji T

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel Y berdasarkan hasil regresi yang ada pada tabel XIII. Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Dari perbandingan t hitung dan t tabel, disimpulkan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel XIV yang dimaksud mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y. Sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka disimpulkan bahwa variabel X yang dimaksud tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

Tabel 2. Ringkasan Pengujian Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen Secara Parsial

Variabel	T_{hit}	Sig	T_{tabel}
Biaya X_1	6.492	0,000	1,985
Program studi X_2	3.220	0,002	
Akreditasi X_3	2,147	0,034	

Sesuai tabel 2 dapat dijelaskan pengujian secara statistik dengan uji parsial (Uji T) dari masing-masing variabel yaitu :

1. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Nilai Informasi (X_1)

Hasil t_{hitung} untuk variabel ini sebesar 6.492. Sementara itu, nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,985. Maka t_{hitung} (6,492) > t_{tabel} (1,985). Artinya, ada pengaruh positif antara biaya terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi

2. Pengujian Koefisien Regresi Variabel program studi (X_2)

Hasil t_{hitung} untuk variabel ini sebesar 3,220. Sementara itu, nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,985. Maka t_{hitung} (3,220) > t_{tabel} (1,985). Artinya, ada pengaruh positif antara program studi terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi

3. Pengujian Koefisien Regresi Variabel akreditasi (X_3)

Hasil t_{hitung} untuk variabel ini sebesar 2,147. Sementara itu, nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,985. Maka t_{hitung} (2,147) > t_{tabel} (1,985). Artinya, ada pengaruh positif antara akreditasi terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi. Berdasarkan hasil uji t di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dari tiga variabel diatas yang merupakan faktor-faktor (biaya, program studi, akreditasi) mempunyai pengaruh parsial keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi. Dari ketiga variabel tersebut, biaya (6,492) secara parsial lebih berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dari biaya terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan tinggi terbukti kebenarannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen (biaya, program studi, akreditasi) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perguruan

- tinggi Hal ini didasarkan dari hasil uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($51,73 > 2,70$).
2. Variabel independen (biaya, program studi, akreditasi) yang secara parsial memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) adalah variabel biaya . Hal ini didasarkan dari hasil uji $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,492 > 1,985$.

DATAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong 2001, *Dasar-dasar Pemasaran*, terjemahan Alexander Sindoro, Prehallindo, Jakarta
- Bilson Simamora, 2005, *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*, Gramedia, Jakarta, 157.
- Husein Umar, 2003, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Gramedia Pustaka Indonesia, Jakarta, 65.