

# **Persepsi Konsumen terhadap Beras Organik dan Anorganik di Toko Satvika Boga Sanur Denpasar**

IDA AYU RATIH PRAVITA DEWI\*)

WAYAN SUDARTA

I NYOMAN GEDE USTRIYANA

PS Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana

Jl. PB Sudirman Denpasar 80232 Bali

\*)Email : gex\_ratih pravita@yahoo.com

## **ABSTRACT**

### **Consumers' Perception toward Organic and Inorganic Rice at Satvika Boga Shop in Sanur Denpasar**

The objective of this research is to know the consumers' perception level toward organic and inorganic rice and to know the consumers' perception differences toward organic and inorganic rice. The research is descriptive by nature. Primary data was obtained from direct observation in the field and interview using questionnaire, meanwhile secondary data was obtained from the agencies/institutions. Previously the data that was obtained from the respondents was analyzed beforehand using validity and reliability tests. In this research using qualitative descriptive analysis method with Likert scale, descriptive statistic analysis, and nonparametric differentiation test analysis with *Wilcoxon* method. Respondents' perception toward organic and inorganic rice equally included in good category with different score achievement, that is 81,86% for organic rice and 71,55% for inorganic rice. There is an obvious difference of respondents' perception between organic and inorganic rice. It is can be seen from the statistic analysis result which shows Z value at -4,799 with the *Asymp. Sig* at 0,000 . The shop owner is expected to be always able to maintain the quality of organic rice, the government should provide the subsidy for organic rice and the farmers need the assistances from the related agencies (agricultural instructors) in the case of pesticide usage reduction and chemical fertilizer and consumers should be more careful to select the appropriate rice either from the hygienic and quality aspects.

*Key words: perception, organic and inorganic rice consumers.*

## **1. Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk maka pemerintah Provinsi Bali melalui Dinas Pertanian dan Tanaman Pangan saat ini sedang membentuk dan menggerakkan kelompok tani mandiri yang tersebar di beberapa kabupaten seperti Tabanan, Badung, Gianyar, dan Klungkung yang, tidak hanya pertanian mandiri saja pemerintah Provinsi Bali juga membentuk klompok tani pupuk organik melalui

sistem pertanian terintegrasi (Simantri). Pertanian organik merupakan salah satu alternatif menuju pembangunan pertanian yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Tujuan utama dari sistem pertanian organik adalah untuk menghasilkan produk bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen maupun konsumen dan tidak merusak lingkungan. Perkembangan permintaan akan produk organik banyak disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi produk pangan yang rendah residu bahan kimia sebagai bagian dari kecenderungan gaya hidup sehat dan kembali ke alam (*back to nature*) (TB Tulus, 2003).

Persepsi konsumen tentang produk tersebut sangat bervariasi, oleh karena itu para pemasar harus memperhatikan kebutuhan dan selera konsumen demi menghadapi persaingan, karena saat ini kekuatan pasar ada di tangan pembeli, mau tidak mau pemasar harus meningkatkan kualitas produknya agar menjadi produk yang berkualitas dan baik sehingga dapat memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen. Demikian pula tuntutan terhadap beberapa atribut penting yang harus dimiliki oleh produk. Tuntutan akan adanya berbagai atribut tersebut seperti kualitas produk, desain produk, dan manfaat produk tersebut bagi konsumen. Maka perlu adanya survei atau riset untuk mengetahui karakteristik dan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut.

Jika dibandingkan dari produknya, beras organik dan anorganik sangatlah berbeda. Beras organik ditanam dengan aplikasi pupuk organik dan ramah terhadap lingkungan sedangkan beras anorganik dibudidayakan dengan menggunakan pupuk kimia dan pestisida (Agus Andoko, 2002). Toko Satvika Boga Sanur Denpasar merupakan salah satu toko yang menjual beras organik dan anorganik di Kota Denpasar. Berdasarkan latar belakang tersebut, kiranya menarik untuk dikaji mengenai persepsi konsumen terhadap beras organik dan anorganik di toko tersebut.

## **1.2 Tujuan**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dua hal berikut.

1. Tingkat persepsi konsumen yang berbelanja di Toko Satvika Boga Sanur, Denpasar terhadap beras organik dan anorganik.
2. Perbedaan persepsi konsumen terhadap beras organik dan anorganik di Toko Satvika Boga Sanur, Denpasar.

## **2. Metode Penelitian**

### **2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Satvika Boga Sanur, Denpasar yang bertempat di Jl Hangtuh No. 9, Sanur, Denpasar dari tanggal 29 September s.d 21 Oktober 2012. Penentuan lokasi di Toko Satvika Boga Sanur Denpasar ditentukan dengan teknik *purposive*, menurut Sugiono (2010) ) metode *purposive sampling* yaitu suatu cara penentuan daerah penelitian secara sengaja atas beberapa pertimbangan sebagai berikut. (1) Tersedia jenis beras organik dan anorganik di Toko Satvika Boga (2) Setiap satu bulan sekali toko Satvika Boga mengadakan *ifen* (sanur *community market*) perkumpulan konsumen-konsumen atau pelanggan-

pelanggan di Toko Satvika Boga, konsumen yang datang pada saat ifen tersebut bisa membeli beras secara langsung dari petani yang menanam beras organik maupun anorganik.

## **2.2 Metode Pengumpulan Data, Variabel Penelitian, dan Metoda Analisis**

Data Persepsi konsumen terhadap beras organik dan anorganik di Toko Satvika Boga dikumpulkan melalui observasi, wawancara langsung dengan responden menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Parameter-parameter yang dianalisis dalam penelitian ini mencakup (1) rasa (2) warna, (3) aroma, (4) komposisi gizi yang dikandung, (5) khasiat/manfaat, (6) bernas dan bersih, (7) sertifikasi mutu beras, (8) ketersediaan beras, dan (9) tingkat harga beras. Sebelumnya data yang didapat dari responden dianalisis terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Setelah itu parameter dalam penelitian ini dianalisis dengan metode analisis deskriptif kualitatif, analisis statistik deskriptif, dan analisis uji beda non parametrik dengan metode *wilcoxon* yang akan digunakan untuk menggambarkan perbedaan persepsi responden terhadap beras organik dan anorganik.

## **2.3 Sampel (Responden) dan Teknik Pengambilan Sampel (Responden)**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen akhir yang membeli beras organik dan anorganik di Toko Satvika Boga Sanur Denpasar yang jumlahnya tidak diketahui atau jumlah populasinya tidak terhingga maka dari itu penentuan sampel sebagai responden menggunakan metode sampel tidak acak (*non probability sampling*), yaitu *accidental sampling*, dimana penentuan responden dilakukan secara kebetulan. Artinya konsumen yang kebetulan dijumpai membeli dan tentunya juga mengkonsumsi beras organik dan anorganik di Toko Satvika Boga Sanur Denpasar. Responden dalam penelitian ini diambil sebanyak 30 orang. Responden sebesar ini dianggap sudah efektif untuk melakukan uji statistik dan sudah mendekati distribusi normal (Antara, 2010).

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **3.1 Tingkat Persepsi Responden terhadap Beras Organik dan Anorganik.**

Tingkat persepsi responden menunjukkan tinggi atau rendahnya persepsi responden terhadap beras organik dan anorganik di Toko Satvika Boga. Nilai yang digunakan di sini adalah pencapaian skor dari 30 orang responden per setiap parameternya.

Berdasarkan hasil pencapaian skor persepsi responden terhadap beras organik dan anorganik di Toko Satvika Boga Sanur Denpasar secara deskriptif sama-sama termasuk dalam kategori baik dengan pencapaian skor 81,86 % untuk beras organik dan 71,55% untuk beras anorganik. Walaupun demikian tidak dapat dipungkiri responden lebih banyak memilih beras organik dibandingkan dengan beras anorganik, karena menurut responden kualitas beras organik lebih terjamin kesehatannya. Ini dapat dilihat dari hasil skor yang diperoleh bahwa skor beras organik lebih tinggi dari skor beras anorganik

Pengkajian persepsi responden dalam hal ini ditinjau dari tiga aspek yang meliputi aspek kualitas beras, aspek ketersediaan dan aspek harga. Untuk lebih jelasnya rata-rata pencapaian skor dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pencapaian Skor Persepsi Responden Terhadap Beras Organik dan Anorganik di Toko Satvika Boga Sanur Denpasar 2012.

No	Indikator /Parameter	Beras Organik		Beras Anorganik	
		Skor (%)	Kategori	Skor (%)	Kategori
<b>I Kualitas Beras</b>					
1	Rasa	80,67	Baik	67,33	Sedang
2	Warna	78,00	Baik	69,33	Baik
3	Aroma	77,33	Baik	70,00	Baik
4	Komposisi gizi yang dikandung	84,67	Sangat Baik	67,33	Sedang
5	Khasiat / Manfaat	81,33	Baik	70,67	Baik
6	Bernas dan Bersih	82,67	Baik	68,67	Sedang
7	Sertifikasi mutu beras	84,67	Sangat Baik	72,00	Baik
<b>Rata-rata I</b>		<b>81,33</b>	<b>Baik</b>	<b>69,33</b>	<b>Baik</b>
<b>II Ketersediaan beras</b>					
8	Ketersediaan beras pada saat dibutuhkan	82,67	Baik	72,67	Baik
<b>Rata-rata II</b>		<b>82,67</b>	<b>Baik</b>	<b>72,67</b>	<b>Baik</b>
<b>III Harga</b>					
9	Tingkat harga beras	82,00	Baik	76,00	Baik
<b>Rata-rata III</b>		<b>82,00</b>	<b>Baik</b>	<b>76,00</b>	<b>Baik</b>
<b>Rata-rata I, II dan III</b>		<b>81,86</b>	<b>Baik</b>	<b>71,55</b>	<b>Baik</b>

### 3.1.1 Aspek kualitas beras

Persepsi responden terhadap beras organik dan anorganik pada aspek kualitas sama-sama termasuk dalam kategori baik, akan tetapi skor yang dimiliki beras organik dan anorganik berbeda. Hal ini dapat dilihat dari nilai pencapaian skor beras organik 81,33% dan 69,33% untuk skor beras anorganik. Yang artinya responden menganggap sama-sama baik kualitas beras organik maupun anorganik. Walaupun demikian tidak dapat dipungkiri konsumen sebagai responden lebih banyak memilih beras organik dibandingkan dengan beras anorganik, karena menurut responden kualitas beras organik lebih terjamin kesehatannya dan aman bila dikonsumsi. Persepsi responden secara rinci dapat dilihat pada Tabel 1. Apabila kualitas produk lebih baik sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka konsumen selalu akan mencoba kembali sebaliknya apabila *perceived service* lebih rendah dari *expected service* maka konsumen tidak akan mau mencoba kembali. (Atmaja, 2003).

Tabel 1 pada aspek kualitas menjelaskan parameter-parameter yang termasuk dalam aspek kualitas yaitu rasa, warna, aroma, komposisi gizi yang dikandung, khasiat/manfaat, bernas dan bersih dan sertifikasi mutu beras diperoleh hasil sebagai berikut.

**Rasa.** Persepsi responden terhadap rasa beras organik termasuk dalam kategori baik dengan pencapaian skor 80,67%, sedangkan persepsi responden terhadap rasa

beras anorganik termasuk dalam kategori sedang dengan pencapaian skor 67,33%. Tampaknya responden menganggap lebih gurih dan pulen beras organik dibandingkan dengan beras anorganik yang dipersepsikan sedang-sedang saja. Oleh karena itu responden yang dijumpai di Toko Satvika Boga Sanur Denpasar lebih memilih beras organik

**Warna.** warna beras organik dan anorganik sama-sama dipersepsikan dalam kategori baik, akan tetapi skor yang dimiliki beras organik lebih tinggi daripada skor yang dimiliki beras anorganik. Ini dapat dilihat dari 78,00% nilai skor yang diperoleh untuk persepsi responden terhadap warna beras organik dan 69,33 % untuk persepsi responden terhadap warna beras anorganik. Tampaknya memang benar persepsi warna yang diberikan responden didasarkan pada inderia pengelihatannya responden dan kenampakan beras di toko yang dipersepsikan warna beras organik dan anorganik sama-sama putih dan cerah. Hal ini dikarenakan beras anorganik dibudidayakan menggunakan pupuk kimia dan pestisida yang membuat beras tersebut kelihatan nampak putih dan cerah akibat penggunaan pestisida dan pupuk kimia secara terus-menerus.

**Aroma.** Persepsi responden terhadap aroma beras organik termasuk dalam kategori baik dengan pencapaian skor 77,33 %. Persepsi responden terhadap beras anorganik juga termasuk dalam kategori baik dengan pencapaian skor 70,00 %. Hal ini dikarenakan responden menganggap sama-sama baik aroma dari beras organik dan anorganik, responden belum bisa membedakan mana aroma beras yang baik dan yang tidak baik (apek).

**Komposisi gizi yang dikandung.** Persepsi responden terhadap komposisi gizi yang dikandung beras organik termasuk dalam kategori sangat baik dengan pencapaian skor 84,67 %, sedangkan persepsi responden terhadap komposisi gizi yang dikandung beras anorganik termasuk dalam kategori sedang dengan pencapaian skor 67,33 %. Tampaknya hal ini memang benar faktanya, karena responden di Toko Satvika Boga Sanur Denpasar menilai beras organik memiliki kandungan nutrisi dan mineral tinggi, kandungan glukosa, karbohidrat dan protein yang mudah dicerna tubuh sehingga relatif aman untuk dikonsumsi dibandingkan dengan beras anorganik yang dipersepsikan sedang-sedang saja.

**Khasiat/ Manfaat.** Persepsi responden terhadap khasiat/ manfaat beras organik dan anorganik sama-sama termasuk dalam kategori baik, akan tetapi nilai skor yang dimiliki antara beras organik dan anorganik berbeda. Ini dapat dilihat dari nilai skor yang diperoleh untuk khasiat/manfaat beras organik 81,33% dan 70,67% untuk khasiat/manfaat beras anorganik. Hal ini berarti bahwa beras organik maupun anorganik sama-sama bermanfaat bagi tubuh namun tampaknya responden belum mengetahui lebih jelas khasiat/ manfaat dari beras organik. Tidak hanya warna putih saja beras organik juga terdapat warna lain seperti merah, dan beras organik warna hitam. Setiap warna beras organik memiliki manfaat/ khasiat yang berbeda. Walaupun demikian tidak dapat dipungkiri responden lebih banyak memilih beras

organik .Ini dapat dilihat dari hasil skor yang diperoleh bahwa skor beras organik lebih tinggi dari skor beras anorganik.

**Bernas dan bersih.** Persepsi responden terhadap bernas dan bersih beras organik termasuk dalam kategori baik dengan pencapaian skor 82,67% sedangkan persepsi responden terhadap bernas dan bersih beras anorganik termasuk dalam kategori sedang dengan pencapaian skor 68,67%. Perbedaan persepsi responden disebabkan karena kenyataannya memang benar pada beras anorganik tidak semuanya utuh dalam bentuk butiran masih ada beras organik yang pecah-pecah, dan terdapat sisa kulit padi atau terdapat batu-batu kecil yang secara tidak sengaja ikut terselip pada waktu produksi, oleh karena itu responden lebih memilih lebih bernas dan bersih beras organik dibandingkan dengan beras anorganik.

**Sertifikasi mutu produk.** Persepsi responden terhadap sertifikasi mutu beras organik termasuk dalam kategori sangat baik dengan pencapaian skor 84,67%, sedangkan persepsi responden terhadap sertifikasi mutu beras anorganik termasuk dalam kategori baik dengan pencapaian skor 72,00%. Hal ini dikarenakan beras organik memang lebih bermutu tetapi responden masih belum mengetahui beras organik yang benar-benar organik, yang benar-benar tidak mengandung residu pestisida dan pupuk kimia. Responden belum mengetahui mana label yang sudah disahkan pemerintah dari segi hukum maupun kesehatannya baik itu sertifikasi SP (sertifikasi penyuluhan) maupun SIUP (surat izin usaha perdagangan).

### 3.1.2 *Aspek ketersediaan beras*

Persepsi responden terhadap ketersediaan beras organik dan anorganik sama-sama termasuk dalam kategori baik, akan tetapi nilai skor yang diperoleh antara beras organik dan anorganik berbeda. Ini dapat dilihat dari pencapaian skor untuk beras organik sebesar 82,67% dan 72,67% untuk beras anorganik. Artinya responden menilai bahwa ketersediaan beras organik dan anorganik di toko sama-sama selalu tersedia setiap saat dan sebarang responden ingin membeli beras toko selalu dapat melayani permintaan. Hal ini memang benar faktanya Toko Satvika Boga selalu memperhatikan permintaan beras yang lebih diminati responden agar konsumen atau responden dapat selalu membeli beras dan responden tidak kecewa karena saat responden ingin membeli beras organik ataupun beras anorganik toko tidak dapat melayani.

### 3.1.3 *Aspek harga*

Persepsi responden terhadap tingkat harga beras organik dan anorganik sama-sama termasuk dalam kategori baik dengan pencapaian skor yang berbeda 82,00% untuk beras organik dan 76,00% untuk beras anorganik. Artinya reponden menilai bahwa harga beras organik sedang-sedang saja tidak terlalu mahal sesuai dengan kualitas dan selera responden. Harga memiliki efek psikologis, semakin harga beras tersebut mahal berarti mencerminkan kualitas yang baik dan sebaliknya jika harga beras murah mencerminkan kualitas tidak baik atau rendah (Fandy, Tjiptono, 2008). Hal ini memang benar faktanya Toko Satvika Boga Sanur Denpasar memang lebih

mengedepankan kualitas beras yang baik sesuai dengan selera responden dan selalu memperhatikan keadaan pasar demi menjaga mutu dan citra toko.

Dilihat dari distribusi persepsi responden berdasarkan kategori pencapaian skor dan jenis beras (organik dan anorganik) nampaknya setiap responden mempunyai persepsi yang berbeda. Data itu tertuang pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Persepsi Responden berdasarkan Kategori Pencapaian Skor dan Jenis Beras ( Organik dan Anorganik) di Toko Satvika Boga Sanur Denpasar, Tahun 2012.

No	Kategori Pencapaian Skor	Beras Organik		Beras Anorganik	
		Orang	Persen	Orang	Persen
1	Sangat Tidak Baik	0	0	0	0
2	Tidak Baik	0	0	6	20.00
3	Sedang	9	30.0	6	20.00
4	Baik	11	36.7	18	60.00
5	Sangat Baik	10	33.3	0	0
	Jumlah	30	100.00	30	100.00

Tabel 2 menunjukkan bahwa 20% (enam orang responden) menilai beras anorganik tidak baik karena, menurut enam orang responden beras anorganik mengandung pestisida dan pupuk kimia yang memaksa tanaman dari beras anorganik untuk cepat tumbuh sebelum saatnya. Jadi produksi beras yang dihasilkan baik dari segi kualitas maupun kesehatannya sangat tidak baik. Walaupun harga beras anorganik lebih murah namun tidak sebanding dengan khasiat dan manfaat yang didapat jika mengkonsumsi beras tersebut. Dan 30% (sembilan orang responden) menilai beras organik sedang-sedang saja begitu juga dengan 20% (enam orang responden) menilai beras anorganik sedang-sedang saja nampaknya dikarenakan responden belum mengetahui mana mutu beras yang benar-benar terjamin dan sudah disahkan pemerintah dari segi hukum dan kesehatannya baik itu sertifikasi SP

(sertifikasi penyuluhan) maupun SIUP (surat izin usaha perdagangan) maka dari itu responden menganggap kedua jenis beras tersebut sama.

### 3.2 Perbedaan Persepsi Responden terhadap Beras Organik dan Anorganik.

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang sangat nyata antara persepsi responden terhadap beras organik dan anorganik. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $Z$  sebesar  $-4,799$  dengan *Asymp. Sig.* Sebesar  $0,000$ . Adanya perbedaan persepsi responden di Toko Satvika Boga Sanur Denpasar memang tidak mengejutkan, karena responden saat ini perlahan-lahan sudah mulai merubah pola hidup sehat dengan memilih makanan yang bebas dari pestisida dan pupuk kimia yang dapat merusak kesehatan. Hal ini dilihat dari tingginya tingkat persepsi responden yang memilih beras organik dibandingkan beras anorganik.

Adanya perubahan perilaku responden yang lebih memilih beras organik cenderung akan menghambat pengembangan pembudidayaan beras anorganik oleh karena itu, perlu adanya partisipasi dari produsen, atau petani dan lembaga-lembaga

terkait lainnya dalam mengurangi pemakaian pestisida, pupuk kimia secara perlahan-lahan serta meningkatkan kualitas beras anorganik dengan membenahi proses dari pembibitan, pemumukan, pasca panennya, hingga sampai ke proses pengemasannya agar dapat meningkatkan daya saing antara beras organik maupun beras anorganik. Perlu adanya sosialisasi tentang beras organik ke masyarakat atau ke konsumen untuk lebih mengenalkan konsumen produk yang benar-benar sehat dan terjamin mutunya dari segi kesehatannya.

## **4 Kesimpulan**

### **4.1 Simpulan**

Berdasarkan pembahasan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Persepsi konsumen terhadap beras organik dan anorganik walaupun masih tergolong kategori sama-sama baik namun dengan pencapaian skor yang berbeda. Hal ini dapat dilihat dari pencapaian skor rata-rata yang diperoleh untuk persepsi konsumen terhadap beras organik 81,86% dan persepsi konsumen terhadap beras anorganik 71,55%.
2. Dilihat dari hasil pencapaian skor terdapat perbedaan yang sangat nyata antara persepsi konsumen terhadap beras organik dan anorganik. Hal ini dilihat dari nilai Z sebesar -4,799 dengan *Asymp. Sig* sebesar 0,000.

### **4.2 Saran**

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Pemilik Toko Satvika Boga Sanur Denpasar, diharapkan tetap selalu mempertahankan kualitas beras yang baik untuk mempertahankan niat beli konsumen di toko Satvika Boga.
2. Petani perlu pembinaan dari lembaga terkait (penyuluhan pertanian) dalam hal mengurangi pemakaian pestisida dan pupuk kimia untuk meningkatkan kualitas beras yang dihasilkan.
3. Konsumen perlu lebih teliti lagi di dalam memilih beras (produk) yang baik dari segi kesehatan dan kualitas.

## **Ucapan Terima Kasih**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan jurnal ini. Penelitian ini tidak mungkin terlaksana tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan kali ini Penulis menyampaikan rasa bterima kasih serta hormat yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan ejurnal dan penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan ejurnal dan penelitian tepat pada waktunya.

## **Daftar Pustaka**

- Agus Andoko.2002 *Budidaya Padi Secara Organik*. Jakarta : Penebar Swadaya
- Antara, M.2010. *Bahan Ajaran Metodologi Sosial*. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Udayana. Denpasar.

Atmaja, H.S. 2003. *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Multimedia Akses PT Telkom)*. Tesis Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia,.

Fandy, Tjiptono. 2008. *Prmasaran Jasa*. Malang : Penerbit Bayu Media Publising.

TB Tulus, 2003. *Perkembangan Sektor Pertanian Indonesia*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta

Sugiyono,2010. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. ALVABETA. Bandung.