

**PENGARUH KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK WAFER TIM TAM**

(Survei Pada Siswa SMA di Kecamatan Margahayu Kabupaten Bandung)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Pendidikan Manajemen Bisnis
Jurusan Pendidikan Ekonomi**



Oleh

**IRFAN
034793**

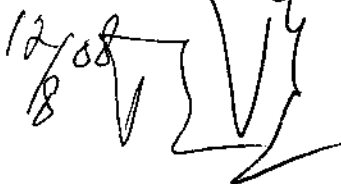
**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2008**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK TIM TAM**
(Survei pada Siswa SMA di Kecamatan Margahayu Kabupaten Bandung)

Skripsi ini Disetujui dan Disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. H. Agus Rahayu, M.Si.
NIP. 131 664 382

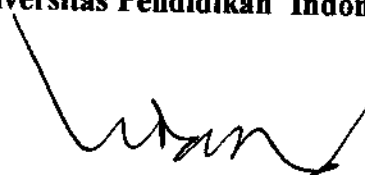
Pembimbing II



Hj. Tedjaningsih, SE., M.Si.
NIP. 131 567 567

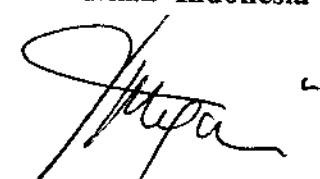
Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Pendidikan Ekonomi FPIPS
Universitas Pendidikan Indonesia**



Dr. H. Edi Suryadi, M.Si.
NIP. 131 626 694

**Ketua Program
Pendidikan Tata Niaga FPIPS
Universitas Pendidikan Indonesia**



Dr. Rafih Hurriyati, M.Si.
NIP. 132 644 284

**Tanggung Jawab Yuridis
Ada pada Penulis**



Irfan
NIM. 034793



sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan..maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakannya dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap
(Q.S alam nasurah 6-8)

“ dan beritakanlah kabar gembira kepada mereka akan datangnya tua kemudahan yang menutup satu kesulitan”
(hr Ibnu Jarir)

dengan mengucapkan syukur alhamdulillah
khususkan karya tulis ini
sebagai salah satu wujud rasa syukur
atas curahan cinta dan rahmat-Nya
serta sebagai salah satu wujud bakti kepada ibu, bapak
yang senantiasa mengiringiku
dengan penuh kasih sayang, perhatian, semangat
dan lantunan doa...
serta terlintas adik, keluarga
dan sahabat-sahabatku tercinta.....



Skripsi Ini Diuji Pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 27 Agustus 2008

Waktu : 08.00 s.d selesai

Tempat : Lab. Manajemen Bisnis Jurusan Pendidikan Ekonomi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

Panitia ujian terdiri dari :

1. Ketua : Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH., M.Pd.
2. Sekretaris : Dr. H. Edi Suryadi, M.Si.
3. Anggota : Dr. H. Aim Abdulkarim, M.Pd. (Pembantu Dekan I)
Dr. Ratih Humiyati, M.Si. (Ketua Program)
4. Penguji I : Drs. H. Hari Mulyadi, M.Si
5. Penguji II : Drs. Girang Razati, M.Si
6. Penguji III : Drs. Bambang Widjajanta



ABSTRAK

Irfan, 034793, **Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tim Tam (Survei Pada Siswa SMA di Kecamatan Margahayu Kab. Bandung)**, di bawah bimbingan Dr. H. Agus Rahayu, M.Si., dan Hj. Tedjaningsih, SE.,M.Si.

Globalisasi menimbulkan penciptaan teknologi tinggi dalam bidang pemasaran. Melalui pemasaran, hasil produksi dapat diperkenalkan, dan di beli oleh konsumen. Apabila hasil produksinya baik, dapat menimbulkan kepuasan konsumen, sehingga mereka akan menjadi pelanggan produk tersebut. Proses pembelian berulang ini menjadi titik central dari strategi pemasaran setiap produsen. Perkembangan pasar makanan ringan khususnya dalam industri wafer semakin bertambah pesat, hal ini memicu persaingan perusahaan wafer untuk menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Dalam industri produk wafer dapat dibedakan menjadi wafer *coating* coklat (wafer lapis coklat) dan wafer *non coating* coklat (tidak berlapis coklat). Peluang bisnis di sektor wafer ini sangat potensial dan mempunyai daya tarik pasar yang sangat besar, karena wafer termasuk dalam *consumer goods* yang sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia, hal ini bisa kita lihat pada saat hari raya contohnya lebaran, secara ekonomi bisnis yang satu ini pertumbuhannya semakin pesat, *market size* (ukuran pasar) dalam industri ini sebesar 2 milyar/tahun (Swa 2007) Setiap perusahaan berupaya untuk merancang produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Produk yang telah di luncurkan Arnott's menunjukkan bahwa Tim tam sudah mencukupi berbagai banyak selera konsumen. Akan tetapi, terjadi penurunan keputusan pembelian oleh konsumen Timtam.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis perlu melakukan penelitian lebih lanjut mengenai "Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wafer Coklat Tim Tam" (Survei pada Siswa SMA Di Kecamatan Margahayu Kabupaten Bandung)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kemasan wafer Tim Tam, untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian wafer Tim Tam dan mengetahui seberapa besar pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian produk wafer Tim Tam. manfaat penelitian ini untuk kepentingan akademis yaitu sebagai pengembangan ilmu manajemen khususnya ilmu manajemen pemasaran dan kepentingan praktis yaitu diharapkan memberikan masukan pada perusahaan, khususnya pada manajer pemasaran dalam mengelola program strategi kemasan.

Jumlah responden adalah 100 orang. Metode yang digunakan adalah metode *explanatory survey* dengan jenis penelitian adalah *deskriptif* dan *verifikatif*. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui observasi wawancara, angket, dan studi kepustakaan. Untuk mengukur besarnya pengaruh kedua variabel tersebut digunakan analisis regresi sederhana melalui bantuan program SPSS 11.5 for Windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, yakni sebesar 48,2%, artinya semakin baik kemasan dari suatu produk maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada produk tersebut.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi pemasaran ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya serta kepada para umatnya yang senantiasa patuh dan taat kepada ajarannya.

Skripsi pemasaran ini berjudul “ **Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wafer Tim Tam**”, (Survei Pada Siswa SMA di Kecamatan Margahayu Kabupaten Bandung) yang disusun untuk Untuk mengetahui pengaruh kemasan wafer Tim Tam mempengaruhi keputusan pembelian wafer Tim Tam pada konsumen SMA di Kecamatan Margahayu

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi pemasaran ini terdapat banyak kesalahan dan ketidaksempurnaan, yang disebabkan oleh keterbatasan wawasan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun untuk dijadikan landasan perbaikan yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan sangat penulis harapkan.

Bandung, Agustus 2008

Irfan



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Illahi Robbi yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian, karena penelitian ini tidak akan terwujud tanpa pertolongan-Nya. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sangat dalam dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. Ratih Hurriyati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia
5. Bapak Drs. H. Hari Mulyadi M.Si selaku Ketua Tim Pengembangan Penulisan Skripsi.
6. Bapak Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. selaku sekretaris Tim Pengembangan Penulisan Skripsi yang telah berbaik hati membimbing penulis selama pembuatan proposal skripsi.

7. Bapak Dr. H. Agus Rahayu M.Si. selaku Pembimbing I, yang telah memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis dan senantiasa membimbing serta dengan kesabaran dan ketelitian serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran di tengah kesibukan beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Hj. Tedjaningsih, SE., M.Si. selaku Pembimbing II telah membimbing serta memberikan pengarahan, motivasi, kemudahan, kelancaran dan semua bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Segenap Dosen dan Staf Program Studi Pendidikan Tata Niaga, yang telah memberikan harapan serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
10. Adik-adiku tersayang Imam Sutoyo, Reddi Apriadi, Dilla Sidiq Al Shaleh dan Fimma Hasannah. Terima kasih atas dukungannya baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini,
11. Sahabat-sahabatku Omie (Abuy), Irham, Dado, Obet, Iduy, Cepot, Odob, Yana Stress, Icur, Supri, Donny, Pencot, Ceu2, Fitri, Vie2, Femy, Upil dan semua sahabatku yang tidak bisa disebutkan satu persatu serta semua alumni angkatan 2003 yang selalu bersama dalam suka maupun duka atas bantuan dan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
12. Sahabat-sahabatku angkatan 2002, 2004, 2005 dan 2006 yang menjadi motivasi bagi penulis untuk tetap tersenyum.
13. Keluarga R. Ismail dan Ibu Dewi, terima kasih untuk masukan, motivasi untuk tetap semangat dalam suka dan duka.

14. Keluarga Drs. Junaedi Fadillah, terima kasih untuk semangatnya, yang menjadikan penulis kembali bersemangat menyelesaikan skripsi ini
15. Rekan-rekan di SMAN 18 Bandung, terima kasih untuk kerja sama, cerita serta pengalamannya.
16. Teman-temanku di kampoeng (Mene, Ndraiz, Yadi, Atheng, Kamal, Stone, Utom, Kirun, Epul, A' Indra, Bang Imam, Om Eded, Gian, Esa, Ilham, Windu, Deden, Yudi, Dikson, Dani, Ade Sahid dan semua warga Cicukang yang tidak bisa saya satu-persatu LOVE YOU ALL

Akhirnya sembah dan bakti penulis sampaikan kepada Ayahanda Icha Jamhari dan Ibunda Sari , terimalah persembahan amal bakti Ananda, buah dari perjuangan dan kesungguhan dalam menuntut ilmu untuk mendapat Ridhonya. Terima kasih atas perjuangan Ayahanda dan Ibunda, sekarang Ayahanda sudah bisa tersenyum melihat Ananda tegar menghadapi semua masalah yang Ananda hadapi. Untuk Ibundaku tidak lupa Ananda ucapkan terima kasih atas semua perjuangan untuk Ananda

Bandung, Agustus 2008

Irfan



DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.3.2.2 Kegunaan Praktis.....	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.1.3 Produk	14
2.2. Kemasan	15
2.2.1 Pengertian kemasan.....	15
2.2.2 Peranan Kemasan.....	16
2.2.3 Fungsi Kemasan	19
2.2.4 Karakteristik Kemasan	22
2.2.5 Unsur-unsur Kemasan	26
2.2.6 Manfaat Kemasan.....	40
2.2.7 Pemilihan Kemasan yang Ideal.....	43

2.2.8	Strategi Kemasan	48
2.3	Konsep Keputusan Pembelian.....	50
2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	50
2.4	Keterkaitan Antara Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
2.5	Kerangka Pemikiran.....	60
2.6	Hipotesis.....	64
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1	Objek Penelitian.....	65
3.2	Metode Penelitian.....	65
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	65
3.2.2	Metode Penelitian.....	67
3.2.3	Operasionalisasi Variabel.....	68
3.2.4	Jenis dan Sumber Data.....	71
3.2.5	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	72
3.2.5.1	Populasi.....	72
3.2.5.2	Sampel.....	74
3.2.5.3	Teknik Sampling.....	76
3.2.5.4	Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.3	Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	77
3.3.1	Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas.....	77
3.3.1.1	Validitas.....	77
3.3.1.2	Realibilitas.....	79
3.3.2	Teknik Analisis Data.....	81
3.3.2.1	Analisis Data.....	81
3.3.2.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	84
3.4	Rancangan Uji Hipotesis.....	86
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Profil Responden	87
4.1.1	Karakteristik Responden.....	87
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87

4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	89
4.1.2	Pengalaman Responden	90
4.1.2.1	Pengalaman Responden Terhadap Alasan Mengonsumsi Wafer Tim Tam	90
4.2	Gambaran Tanggapan Responden Terhadap Kemasan	91
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variasi Ukuran Wafer Tim Tam	92
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Keistimewaan Bentuk Kemasan Wafer Tim Tam	93
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Keunikan Logo Pada Kemasan Wafer Tim Tam	94
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Logo Pada Kemasan Wafer Tim Tam	95
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Gambar Pada Kemasan Wafer Tim Tam	96
4.2.6	Tanggapan Responden Terhadap Keindahan Kemasan Wafer Tim Tam	97
4.2.7	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Bahan Kemasan Wafer Tim Tam	98
4.2.8	Tanggapan Responden Terhadap Ketahanan Dan Keamanan Kemasan Wafer Tim Tam	99
4.2.9	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Membuka Kemasan Wafer Tim Tam	100
4.2.10	Tanggapan Responden Terhadap Warna Kemasan Wafer Tim Tam	101
4.2.11	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan dan Keharmonisan Warna Kemasan Wafer Tim Tam	102
4.2.12	Tanggapan Responden Terhadap Keserasian antara Desain, Warna dan Ukuran Kemasan Wafer Tim Tam	103
4.2.13	Tanggapan Responden Terhadap Label Pada Kemasan Wafer Tim Tam	104
4.3	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	105
4.3.1	Tingkat Keinginan Membeli Merek Wafer Coklat Tim Tam	106
4.3.2	Tingkatan Kepercayaan Terhadap Merek Wafer Coklat Tim Tam	106
4.3.3	Tingkat penilaian <i>image/citra</i> merek wafer coklat Tim Tam	107
4.3.4	Tingkat kesukaan terhadap merek wafer coklat Tim Tam	108

4.3.5	Tingkat keragaman varian produk merek wafer coklat Tim Tam.....	109
4.3.6	Tingkat Penilaian Kualitas Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	110
4.3.7	Tingkat Harga Jual produk Wafer Coklat Tim Tam.....	111
4.3.8	Tingkat Intensitas Pembelian Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	112
4.3.9	Tingkat Kuantitas Pembelian Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	113
4.4	Pembahasan.....	113
4.4.1	Pembahasan Tanggapan Konsumen Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	114
4.4.2	Pembahasan Tanggapan Konsumen Pada Keputusan Pembelian Wafer Tim Tam	117
4.5	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	119
4.5.1	Pengujian Hipotesis Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Wafer Tim Tam.....	119
4.5.2	Menguji Adanya Pengaruh Signifikan Antara Kemasan (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Wafer Tim Tam	120
4.5.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	121
4.5.4	Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Wafer Tim Tam.....	122
4.6	Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan	125
 BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
5.1	Kesimpulan.....	129
5.1	Rekomendasi.....	131

Daftar Pustaka

Lampiran



No. Tabel	Judul Tabel	Hal
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Membuka Kemasan Wafer Tim Tam.....	100
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Warna Kemasan Wafer Tim Tam.....	101
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Dan Keharmonisan Warna Kemasan Wafer Tim Tam.....	102
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Keserasian Antara Desain, Warna Dan Ukuran Kemasan Wafer Tim Tam	103
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Label Pada Kemasan Wafer Tim Tam.....	104
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Keinginan Membeli Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	106
4.19	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kepercayaan Terhadap Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	106
4.20	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Penilaian <i>Image/Citra</i> Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	107
4.21	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kesukaan Terhadap Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	108
4.22	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Keragaman Varian Produk Merek Wafer Coklat Tim Tam.....	109
4.23	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Penilaian Kualitas Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	110
4.24	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Harga Jual Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	111
4.25	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Intensitas Pembelian Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	112
4.26	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kuantitas Pembelian Produk Wafer Coklat Tim Tam.....	113
4.27	Output Koefisien Regresi Coefficients.....	114
4.28	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	117
4.29	Skor Ideal Gambaran Variabel Kemasan.....	121
4.30	Skor Ideal Gambaran Variabel Keputusan Pembelian.....	121



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1	Empat Komponen P Dalam Bauran Pemasaran.....	11
2.2	Unsur-Unsur Kemasan.....	27
2.3	Model Perilaku Pembeli.....	50
2.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	52
2.5	Tipe-Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen.....	55
2.6	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wafer Tim Tam.....	63
2.7	Paradigma Penelitian Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wafer Tim Tam.....	64



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi (1998). **Prosedur Penelitian**. Jakarta. PT. Rineka Cipta
- Buchari Alma, (2004), **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Bandung'
Alfabetha
- Fandy Tjiptono, (2002), **Strategi Pemasaran**, Yogyakarta, Andi
- Fandy Tjiptono, (2004) **Strategi Pemasaran edisi II**, Yogyakarta, Andi
- Freddy Rangkuti, (2004), **The Power of Branding**, Jakarta, Gramedia
- Harun Al-Rasyid (1994) **Teknik Penarikan Sampel dan Pengukuran Skala**,
Bandung , Pasca sarjana UNPAD
- Hendri, (2006) "**Pemasaran Ritel**", Jakarta, Gramedia Pustaka Utama,
- J.Setiadi. Nugroho, (2003), **Perilaku Konsumen (Konsep Dan Implikasi Untuk
Strategi Dan Penelitian Pemasaran**, Andi:Yogyakarta
- Kotler (2003) **Manajemen pemasaran** , Jakarta , Indek kelompok Jakarta
gramedia
- Kotler & Armstrong (2006), **Principles of Marketing, New jersey**, Person
international edition
- Kotler & Armstrong, (2006), **Principles of Marketing, New Jersey**, Pearson
International Edition
- Kotler, Philip, (2002). **Strategi Pemasaran buku II**, Prentice Hall Inc
- Kotler & Keller, (2006), **Marketing Management**, New Jersey, Pearson
International Edition
- Moh. Nasir ,(2003), **Metode penelitian** , Jakarta Prenada
- Sugiyono.(2005). **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung. CV Alfabeta
- Sutisna (2003) **Perilaku konsumen**, Bandung, Rosda Karya
- Umar, Husein. (2002). **Metode Riset Bisnis**. Jakarta. PT Gramedia Pustaka
Utama

----- (2002). **Prosedur Penelitian Edisi Revisi V.** Jakarta. PT.
Rineka Cipta

Sumber lain :

PT. arnott's Terdapat di WWW. ARNOTT'S.COM

SWA No. 16/XXII/26 Juli – 8 Agustus 2007

Marketing 02/IV/Februari 2006, SWA No. 16/XXII/26 Juli – 8 Agustus 2007