

Analisis Karakteristik Dan Perilaku Konsumen Kre Alang Di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir

Syafruddin¹, Roos Nana Sucihati², Sri Rubiany³

1. Manajemen, Universitas Samawa

2. Keuangan Perbankan, Universitas Samawa

3. Ekonomi Pembangunan, Universitas Samawa

Email : syafruddin@universitas-samawa.ac.id

roosnanasucihati@universitas-samawa.ac.id

rubbyany257@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah karakteristik dan perilaku konsumen kre alang di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dengan menggunakan sumber data primer. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode pengumpulan data wawancara terstruktur dan dokumentasi, dan populasi konsumen seluruh konsumen kre alang dan mengambil sampel sebanyak 20 sampel konsumen dengan menggunakan metode sampel judgement sampling. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik analisis data triangulasi. Penelitian ini dilaksanakan di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen kre alang bahwa kepribadian dan gaya hidup yang dimiliki disesuaikan dengan daya beli yang mereka miliki sehingga konsumen kre alang jika dilihat dari karakteristiknya dalam memilih kre alang disesuaikan dengan daya beli dan juga kesukaan mereka dalam memilih kre alang. Sedangkan perilaku konsumen kre alang bahwa kebutuhan akan kre alang sudah menjadi rutinitas untuk sebagian orang yang menjadi peminat kre alang untuk memilikinya, entah itu menjadi kebutuhan utama maupun hanya sekedar menjadi koleksi bagi para pecinta kre alang.

Kata Kunci: *Kre Alang, Karakteristik Konsumen dan Perilaku Konsumen.*

PENDAHULUAN

Konsumen sebagai individu memiliki karakter dan perilaku yang berbeda satu sama lainnya, dan perbedaan ini pula yang menyebabkan kompleksnya karakter dan perilaku konsumen saat melakukan keputusan pembelian suatu produk. Selain karakteristik secara umum konsumen juga dipengaruhi oleh perilaku, dan perilaku juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang ada pada diri konsumen itu sendiri. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang ada dari luar diri konsumen itu sendiri. Objek dalam penelitian ini adalah Kre Alang, objek ini dipilih karena menurut pengamatan penulis dan sebagai observasi awal dalam penelitian ini Kre Alang merupakan jenis kain tradisional yang paling banyak dijual di Sumbawa, yang jenis dan modelnya beraneka ragam.

Objek dalam penelitian ini adalah Kre Alang, objek ini dipilih karena menurut pengamatan penulis dan sebagai observasi awal dalam penelitian ini Kre Alang merupakan jenis kain tradisional yang paling banyak dijual di Sumbawa, yang jenis dan modelnya beraneka ragam. Walaupun dengan modelnya yang beragam, namun kre alang hanya segaian orang saja yang memilikinya, dikarenakan harganya yang mahal. Inilah mengapa hanya sebagian orang saja yang memilikinya dan hanya digunakan untuk sebagai koleksi ataupun pajangan saja.

Seiring dengan perkembangan zaman, dimana kre alang yang tadinya hanya sebagai pajangan karena hanya sebagian orang yang memilikinya dikarenakan harganya yang cukup mahal, kini telah berubah fungsi sebagai keperluan pribadi dan sebagian masyarakat telah memiliki untuk digunakan ke acara-acara pernikahan, acara pawai busana dan yang terbaru kre alang telah digunakan untuk keperluan fashion show street busana di even festival moyo kemarin. Inilah minat dari masyarakat yang sudah mulai menggunakan kre alang sebagai kebutuhan pribadi. Dimana minat beli masyarakat bukan hanya untuk sebagai koleksi semata namun kini telah menjadi kebutuhan pribadi sehari-hari. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi karakteristik dan perilaku konsumen tersebut diatas dengan judul penelitian ini adalah “Analisis Karakteristik Dan Perilaku Konsumen Kre Alang Di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kre Alang Sumbawa

Menurut Tria Basuki dalam buku “Merajut Waktu Menjalin Makna (Praktik Seni Tenun Tradisi Hingga Seni Tekstil Kontemporer)” (2009-20), mengatakan bahwa: “Indonesia sangat kaya akan hasil tenun tradisional yang beraneka ragam, masing-masing daerah mempunyai keunikan ragam hias yang dipengaruhi oleh adat istiadat, budaya setempat serta alat yang dipergunakan.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) menurut Dharmmesta dan Handoko (2012:10) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2009:16).

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen adalah karakteristik yang membentuk konsumen dalam mendapatkan dan menggunakan suatu barang. Karakteristik konsumen merupakan ciri individu yang berperan sebagai pembentukan sikap dan merupakan petunjuk penting mengenai nilai-nilai yang dianut oleh seorang konsumen.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2008), "penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif merupakan penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih) tersebut.

Identifikasi / Klasifikasi Variabel

Sutrisno Hadi mendefinisikan variabel sebagai gejala yang bervariasi dan menyatakan variabel sebagai objek penelitian yang bervariasi (Suharsimi Arikunto, 2006:116). Budiyo (2003:27), menyatakan bahwa variabel penelitian dapat didefinisikan segala sesuatu yang dapat mengelompokkan objek pengamatan/penelitian ke dalam dua atau lebih kelompok. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel mandiri. Variabel mandiri yaitu variabel yang berdiri sendiri tanpa dipengaruhi atau mempengaruhi variabel lain.

Definisi Operasional Variabel

1. Kre Alang

Kre Alang adalah hasil kerajinan tenunan khas Sumbawa. Pusat produksinya ada di Desa Poto. Kre' Alang menjadi ikon daerah Sumbawa besar yang perlu dilestarikan. Kre Alang merupakan hasil kerajinan tenunan berupa kain sarung berukuran lebih kecil dari sarung pada umumnya.

2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) menurut Dharmmesta dan Handoko (2012:10) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

3. Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen adalah karakteristik yang membentuk konsumen dalam mendapatkan dan menggunakan suatu barang. Karakteristik konsumen merupakan ciri individu yang berperan sebagai pembentukan sikap dan merupakan petunjuk penting mengenai nilai-nilai yang dianut oleh seorang konsumen untuk mendapatkan Kre Alang di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir.

Jenis Dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data kuantitatif, yaitu jenis data yang dapat diukur dengan angka-angka (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini data kuantitatifnya adalah data tentang karakteristik dan perilaku konsumen kre alang di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir misalnya data tentang berapa persen konsumen yang setuju dengan kre alang bukan hanya digunakan untuk adat tradisional saja.

2. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat dan tidak dapat diukur dengan angka-angka tetapi hanya bisa dikemukakan dengan keterangan (Sugiyono, 2014), misalnya data yang diperoleh dari hasil wawancara tentang karakteristik dan perilaku konsumen kre alang.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang langsung dapat dijadikan sebagai sumber dari penelitian dan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti atau perusahaan tempat penulis melakukan penelitian, dimana dilakukan dengan cara penelitian lapangan melalui wawancara dengan pihak yang berkepentingan yang disebut dengan *informan*.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi. Menurut Maryaeni (2005), wawancara merupakan salah satu pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tak terstruktur. Adapun wawancara yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur, karena memang sesuai dengan pengambilan informasi dan juga data yang diperlukan.

Guba dan Lincoln (Moleong, 2007:216-217), menjelaskan istilah dokumen yang dibedakan dengan *record*. Definisi dari *record* adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang/lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa atau menyajikan akunting. Sedang *document* adalah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari *record*, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik.

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit yang akan diteliti. Sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Naresh K Malhotra, 2005).

Dalam penelitian ini kriteria sampel yang ditentukan oleh peneliti yaitu seluruh konsumen kre alang di Dusun Sameri Desa Poto. Dari seluruh kalangan dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa, selagi masih menjadi peminat maupun konsumen dari kre alang.

Teknik Analisis Data

Berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik analisis data triangulasi. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Moloeng, 2004:330).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir. Adapun alasan peneliti memilih lokasi tersebut yaitu, karena Desa Poto ialah Pusat produksi Kre Alang dan menjadi ikon daerah Sumbawa besar yang perlu dilestarikan. Adapun waktu penelitian dilakukan dalam waktu satu bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN**1. Analisis Karakteristik Konsumen Terhadap Kre Alang**

Terkait dengan karakteristik konsumen terhadap kre alang ialah sikap dalam menentukan pilihan produk dipengaruhi oleh karakteristik konsumen mulai dari kepribadian dan juga gaya hidup. Sesuai dengan hasil wawancara menggunakan kuisioner peneliti mendapatkan bahwa konsumen kre alang dapat mendefinisikan kain tenun kre alang sesuai dengan kepribadian dan gaya hidup mereka.

Dari pertanyaan diatas didapatkan hasil dari wawancara responden kre alang. Dimana ada 100 jumlah skor yang didapatkan dari 20 responden dan dikalikan dengan 5 pertanyaan yang disampaikan kepada responden. Didapati bahwa ada 3% skor Sangat Setuju (SS), 46% skor Setuju (S), 38% skor Netral, 11% skor Tidak Setuju (TS) dan 2% skor Sangat Tidak Setuju (STS). Hasil ini didapati sesuai dengan pertanyaan yang diajukan pada lembar kuisioner yang diberikan kepada responden.

Dalam hal ini peneliti menggunakan kuisioner dengan memberikan kolom centang pada pertanyaan yang diajukan dengan menggunakan skor untuk menandai tingkat jawaban yang dicentang oleh responden. Dimana dalam hal ini model kuisioner yang diberikan ialah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Model Lembar Kuisioner

SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data Yang Diolah

Responden pada penelitian ini sebanyak 20 responden, dimana sampel yang didapatkan menggunakan teknik *Judgement sampling*, teknik *Judgement sampling* adalah bentuk sampling *convenience* yang didalamnya elemen populasi dipilih berdasarkan *judgement* peneliti. Peneliti, dengan *judgement* atau keahliannya, memilih elemen-elemen yang akan dimasukkan kedalam sampel, karena seorang peneliti yakin bahwa elemen-elemen yang akan dimasukkan kedalam sampel, karena seorang peneliti yakin bahwa elemen-elemen tersebut mewakili atau memang sesuai dengan populasi yang sedang diteliti (Naresh K Malhotra, 2005).

Adapun tanggapan responden mengenai pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Lembar Kuisioner

Karakteristik Konsumen					
SS	S	N	TS	STS	Jumlah
5	4	3	2	1	
3	46	38	11	2	100
3%	46%	38%	11%	2%	100

Sumber: Data Yang Diolah

Berdasarkan hasil lembar kuisioner diatas menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan sikap dalam menentukan pilihan produk dipengaruhi oleh karakteristik konsumen mulai dari kepribadian dan juga gaya hidup dalam hal ini produk yang menjadi tujuan yaitu kre alang, sesuai dengan pertanyaan yang diajukan diatas. Sebanyak 46% responden menjawab setuju sebagian besar dari responden yang menjawab tentang bahwa kre alang tidak harus digunakan pada saat acara adat saja, akan tetapi kre alang ialah fashion yang tidak hanya digunakan saat acara adat saja. Kre alang juga bisa digunakan pada acara lainnya sesuai dengan acara yang dihadiri dan juga disesuaikan dengan model dan fashion yang digunakan untuk acara tersebut, karena kre alang telah menjadi fashion yang mengikuti tren modern yang bisa digunakan ke acara-acara modern saat ini.

Model dan motif akan menggambarkan citra pemakainya, sebagian besar menjawab netral maupun tidak setuju atau dalam hal ini mencapai, ini mencerminkan bahwa model dan motif kain yang mereka gunakan tidak serta merta mencerminkan karakter atau citra dari pemakainya melainkan hanya menyukai atau senang dengan motif yang mereka gunakan. Karena tidak sebagian orang memilih atau menggunakan fashion itu sesuai dengan karakter mereka masing-masing. Para responden juga menyatakan bahwa memang kre alang juga memiliki kualitas yang baik dan mudah juga dalam perawatannya, sehingga mereka mulai menggemari kre alang dan tidak seperti wacana yang beredar saat ini bahwa hanya orang-orang tertentu saja yang memiliki kre alang.

2. Analisis Prilaku Konsumen Terhadap Kre Alang

Terkait dengan prilaku konsumen terhadap kre alang ialah kebutuhan terhadap barang tersebut bisa juga karena memang menjadi kebutuhan melainkan hanya menjadi gengsi harus memiliki barang tersebut. Sesuai dengan hasil wawancara menggunakan kuisioner peneliti mendapatkan bahwa konsumen kre alang dapat mendefinisikan kain tenun kre alang sesuai dengan kebutuhan mereka untuk fashion bukan hanya sebagai gengsi untuk bisa memiliki barang tersebut.

hasil dari wawancara responden kre alang. Dimana ada 100 jumlah skor yang didapatkan dari 20 responden dan dikalikan dengan 5 pertanyaan yang disampaikan kepada responden. Didapati bahwa ada 5% skor Sangat Setuju (SS), 54% skor Setuju (S), 26% skor Netral, 13% skor Tidak Setuju (TS) dan 2% skor Sangat Tidak Setuju (STS). Hasil ini didapati sesuai dengan pertanyaan yang diajukan pada lembar kuisioner yang diberikan kepada responden.

Adapun analisis data berdasarkan pertanyaan diatas didapatkan hasil dari responden sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Lembar Kuisioner

Prilaku Konsumen					
SS	S	N	TS	STS	Jumlah
5	4	3	2	1	
5	54	26	13	2	100
5%	54%	26%	13%	2%	100

Sumber: Data Yang Diolah

Berdasarkan hasil lembar kuisioner diatas menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju yang mencapai 54% yang menyatakan bahwa motif dan warna yang ditawarkan pada kre alang sudah sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Berarti motif dan warna yang ditawarkan pada kre alang dapat diterima dan sesuai selera ataupun kesukaan konsumen. Selain motif dan warna yang sesuai harga yang ditawarkan pun sesuai dengan kualitas yang ditawarkan karena hasil dari responden tidak masalah dengan harga tinggi yang ditawarkan karena memang sesuai juga dengan kualitas yang ditawarkan. Secara tidak langsung daya beli dari konsumen memang sesuai dengan kondisi keuangan mereka dan tidak mengeluh dengan hal tersebut.

Responden juga menambahkan bahwa dengan memakai kre alang mereka menjadi lebih percaya diri karena memang kre alang dari Dusun Sameri Desa Poto ini sangat berkualitas dan nyaman digunakan. Sehingga memang membuat pemakainya tidak khawatir atau malu dengan apa yang sedang mereka gunakan. Sedangkan untuk mendapatkan kre alang sendiri tidak ada tersedia di outlet-outlet yang ada disumbawa, melainkan hanya ada di tempat tertentu maupun langsung ke Dusun Sameri Desa Poto untuk bisa mendapatkan kre alang tersebut.

Karakteristik Konsumen Kre Alang Di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir

Karakteristik konsumen adalah karakteristik yang membentuk konsumen dalam mendapatkan dan menggunakan suatu barang. Karakteristik konsumen merupakan ciri individu yang berperan sebagai pembentukan sikap dan merupakan petunjuk penting mengenai nilai-nilai yang dianut oleh seorang konsumen. Sikap dalam menentukan pilihan produk dipengaruhi oleh karakteristik konsumen.

Terkait dengan karakteristik konsumen kre alang bahwa kepribadian dan gaya hidup yang dimiliki disesuaikan dengan daya beli yang mereka miliki sehingga konsumen kre alang jika dilihat dari karakteristiknya dalam memilih kre alang disesuaikan dengan daya beli dan juga kesukaan mereka dalam memilih kre alang. Karena kre alang dibedakan berdasarkan motif dan warnanya sesuai dengan apa yang disampaikan oleh produsen kre alang di dusun sameri desa poto. Adapun warna dan motifnya, warna: hitam merah benang emas – hijau full motif benang perak – biru merah benang emas, motif: kemang setange – bintang kasawir – kemang nari– kelumbung. Karena motif dan warnanya yang beragam masing-masing model yang dibuatpun memiliki harga yang berbeda dilihat dari benang

atau kambaya yang digunakan dan tingkat kesulitan motif, jenis kain dan ketebalan kain. Dengan ini karakteristik konsumen akan disesuaikan dengan berbagai motif yang ada, sehingga dapat disesuaikan dengan gaya hidup, daya beli maupun kepribadian dari masing-masing konsumen.

Prilaku Konsumen Kre Alang Di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir

Prilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga untuk pembelian barang-barang (tidak tahan lama maupun barang yang tahan lama) dan jasa hasil produksi, yang dilakukan secara rutin ataupun hanya sementara guna memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan.

Terkait dengan prilaku konsumen kre alang bahwa kebutuhan akan kre alang sudah menjadi rutinitas untuk sebagian orang yang menjadi peminat kre alang untuk memilikinya, entah itu menjadi kebutuhan utama maupun hanya sekedar menjadi koleksi bagi para pecinta kre alang. Karena kualitas yang sangat bagus dan juga harga yang mahal membuat kre alang sulit untuk didapatkan, terbukti dengan tidak adanya di outlet-outlet yang ada disumbawa yang menyediakan ataupun menjual kre alang. Untuk mendapatkannya pun harus mencari ke pecinta kre alang ataupun langsung ke dusun sameri desa poto untuk bias mendapatkan kre alang tersebut.

Selain harganya yang mahal karena memang terbuat dari bahan terpilih, kre alang juga sangat nyaman untuk digunakan sesuai dengan apa yang disampaikan oleh para konsumen kre alang. Ini mengindikasikan bahwa memang harga yang mahal membuktikan dan menjanjikan kualitas yang bagus dan terjamin mutunya. Jadi prilaku konsumen kre alang yang memang menjadi kebutuhan utama maupun hanya menjadi sebuah koleksi membuktikan kre alang menjadi suatu kebutuhan bagi para konsumen yang menikmatinya.

KESIMPULAN

1. Karakteristik konsumen kre alang bahwa kepribadian dan gaya hidup yang dimiliki disesuaikan dengan daya beli yang mereka miliki sehingga konsumen kre alang jika dilihat dari karakteristiknya dalam memilih kre alang disesuaikan dengan daya beli dan juga kesukaan mereka dalam memilih kre alang. Dengan ini karakteristik konsumen akan disesuaikan dengan berbagai motif yang ada, sehingga dapat disesuaikan dengan gaya hidup, daya beli maupun kepribadian dari masing-masing konsumen.
2. Prilaku konsumen kre alang bahwa kebutuhan akan kre alang sudah menjadi rutinitas untuk sebagian orang yang menjadi peminat kre alang untuk memilikinya, entah itu menjadi kebutuhan utama maupun hanya sekedar menjadi koleksi bagi para pecinta kre alang. Jadi prilaku konsumen kre alang yang memang menjadi kebutuhan utama maupun hanya menjadi sebuah koleksi membuktikan kre alang menjadi suatu kebutuhan bagi para konsumen yang menikmatinya.

REKOMENDASI

Melihat hal-hal yang telah dibahas di penelitian ini, dari profil responden, persepsi responden mengenai atribut produk, ketersediaan dan harga, serta

karakteristik responden sendiri maka penulis menyarankan kepada para produsen kain tenun kre alang dusun sameri desa poto:

1. Kurangnya Promosi

Melakukan promosi yang lebih gencar dengan mengadakan pameran-pameran yang mengedepankan beragam motif dan warna kain tenun kre alang Sumbawa, bisa disertai dengan cerita dari nilai-nilai tradisional Sumbawa, dan juga mulai bekerja sama dengan outlet-outlet yang ada disumbawa agar dapat lebih mudah dijangkau oleh konsumen.

2. Memperbanyak Kuantitas

Karena kesulitan dalam mendapatkan kre alang dengan sulitnya mengakses kre alang itu sendiri, ini mempengaruhi juga ketersediaan dari kre alang tersebut. Karena kre alang hanya dibuat pada saat ada pemesanan saja, jadi alangkah lebih mendobrak pasar dengan jumlah atau ketersediaan yang banyak agar mudah dan cepat dalam mendapatkan kre alang kiranya lebih diperbanyak ketersediaan kre alang tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Cetakan Sebelas. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Budiyono. 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surakarta: UNS Press.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama Cetakan Kelima. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P dan Keller K. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Dalam Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.