



Terbit *online* pada laman web jurnal : <http://ojs.unitas-pdg.ac.id/>

**Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan**

[ISSN \(Print\) 2086-5031](#) | [ISSN \(Online\) 2615-3300](#) | [DOI 10.31317](#)

**JIK**

## Analisis Strategi dan *Key Succes Factor* dalam Perdagangan Gambir di Kabupaten Pesisir Selatan

**Yose Rizal**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, STIE Perdagangan Padang*

### INFORMASI ARTIKEL

*Sejarah Artikel:*

Diterima Redaksi: Desember 2019

Revisi Akhir: Desember 2019

Diterbitkan *Online*: 30 Januari 2020

### KATA KUNCI

Strategy, pedagang gambir, *key succes factor*

### KORESPONDENSI

Telepon:

E-mail: [yoserizalzayd@gmail.com](mailto:yoserizalzayd@gmail.com)

### A B S T R A C T

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang diterapkan oleh pedagang pengumpul gambir Pesisir Selatan saat ini, mengidentifikasi dan menganalisis *key succes factor* dalam perdagangan gambir ditingkat pedagang pengumpul gambir serta apa saja yang harus dimiliki oleh pedagang pengumpul Kabupaten Pesisir Selatan untuk menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*), untuk mengetahui strategi apa yang dapat diterapkan oleh pedagang pengumpul gambir Kabupaten Pesisir Selatan untuk masa yang akan datang. Manfaat Penelitian : Penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini bermanfaat sebagai masukan bagi pedagang pengumpul gambir Kabupaten Pesisir Selatan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya serta dapat memperoleh arahan dalam menyusun perencanaan strategis guna memperoleh keunggulan bersaing. Ruang Lingkup Penelitian: Penelitian ini membahas cara dan strategi yang diterapkan oleh para pedagang pengumpul gambir Kabupaten Pesisir Selatan dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka dan menganalisis *key succes factor* dalam industri ini. Petani gambir disini mencakup petani yang memiliki kebun gambir dan atau pengolah gambir (tukang kampo), sedangkan pedagang pengumpul yaitu orang yang membeli gambir langsung dari petani dan menjualnya kembali kepada pedagang besar atau ekportir.

## I. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Indonesia adalah pemasok gambir terbesar di dunia, namun nama Indonesia tak pernah muncul ke permukaan malah Singapura dan India yang lebih dikenal oleh masyarakat dunia sebagai penghasil gambir, padahal mereka tak punya pohon (kebun) gambir tapi yang mereka punyai hanyalah pabrik untuk mengolah gambir tersebut.

Daerah penghasil gambir di Indonesia yaitu Kalimantan dan Sumatera, sebagian besar gambir diproduksi oleh masyarakat Sumatera Barat. Komoditi ini merupakan salah satu komoditi andalan ekspor Sumatera Barat. Sentra produksi yang potensial adalah daerah Kabupaten Lima Puluh Kota dan Kabupaten Pesisir Selatan dan komoditi ini merupakan mata pencaharian nafkah bagi

masyarakat setempat. Sedangkan daerah lainnya seperti Solok, Kabupaten Sawahlunto Sijunjung dan Tanah Datar juga terdapat gambir dengan kapasitas produksi yang relatif kecil.

Secara umum dalam pandangan para eksportir dan dalam pandangan konsumen akhir komoditi gambir yaitu industri, gambir dibedakan atas dua macam yaitu gambir kuning dan gambir hitam. Gambir yang pada umumnya diproduksi oleh kabupaten 50 Kota dikenal dengan gambir kuning yang mana secara fisik gambir ini tampilannya lebih baik dari pada gambir yang diproduksi oleh masyarakat Pesisir Selatan yang lebih dikenal dengan gambir hitam.

## II. LANDASAN TEORI

### Produk

Menurut Tjiptono dalam bukunya Strategi pemasaran memaparkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa digunakan atau dikonsumsi pasar (baik pasar konsumen akhir maupun pasar industrial) sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (1997:97).

### Barang (*Goods*)

Barang merupakan hasil atau keluaran (*output*) berwujud fisik (*tangible*) dari proses transformasi sumber daya, sehingga bisa dilihat, diraba/ disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan dan mendapat perlakuan fisik lainnya.

### Jasa (*Services*)

Tjiptono mengutip pendapat Kotler mendefinisikan jasa sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

### Kualitas

Seperti yang telah dikemukakan diatas bahwa gambir merupakan produk yang berwujud. Sedangkan kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dalam membeli produk atau gambir dari petani adalah berbentuk jasa, yaitu jasa perdagangan atau agen. Setiap pelanggan membutuhkan dan mencari produk yang berkualitas baik itu barang maupun jasa.

### Perilaku Konsumen (*Consumer Behaviour*)

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000) seperti yang dikutip oleh Prasetijo dan Ihalawu dalam bukunya perilaku konsumen (2005: 9) perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan dan mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

### Segmentasi Pasar Bisnis

Pasar bisnis dapat disegmentasi dengan menggunakan beberapa variabel, seperti yang dikutip oleh Kotler (2002,310) dari karya Thomas V Banoma dan Benson P. Shapiro (*Segmenting the Industrial market*, 1983). Variabel-variabel yang dapat digunakan diantaranya adalah demografis yang merupakan variabel terpenting dalam segmentasi dan berikutnya variabel operasi dan terakhir variabel karakteristik pembeli. Dalam menetapkan segmen dan pelanggan mana yang akan dilayani oleh pemasar bisnis ada beberapa pertanyaan utama yang harus dijawab sebelumnya.

### Strategi

Menurut Jain (1990) seperti yang dikutipkan oleh Tjiptono istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu "*strategia*" yang terdiri dari dua suku kata yaitu "*stratos*" yang berarti militer dan "*ag*" yang berarti memimpin, jadi strategi berarti seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal, dimana

seorang jendral sangat diperlukan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang.

### III. METODE PENELITIAN

#### Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dalam tesis ini adalah pedagang pengumpul gambir Kabupaten Pesisir Selatan yang membeli gambir dari petani secara langsung.

#### Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif (*deskriptive research*) dengan pendekatan kualitatif yang nantinya akan digunakan untuk memperoleh dan menganalisis data hingga penarikan kesimpulan. Sekaran (2000), Indrianto dan Supomo (1999) mendefinisikan penelitian deskriptif (*descriptive research*) sebagai penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi.

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan *current status* dari subjek yang diteliti. Penelitian dilakukan dengan cara menggambarkan dan menafsirkan data mengenai situasi yang ada pada masa sekarang dan kecenderungan yang tampak pada masa yang akan datang dengan tujuan membuat deskripsi secara sistematis dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki dan kemudian dilakukan penentuan alternatif terbaik untuk diterapkan dalam pemecahan masalah yang telah dirumuskan.

#### Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini terbagi atas:

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dengan penelitian langsung pada pedagang pengumpul gambir untuk

mendapatkan informasi yang sebenarnya. Data diperoleh langsung dari sumbernya yaitu pedagang pengumpul gambir dan petani gambir Kabupaten Pesisir Selatan yang diperoleh melalui wawancara.

2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literatur-literatur yang relevan dengan lingkup kajian yang sedang dibahas.

#### Sumber Data

- a. Riset Perpustakaan (*Library Research*)  
Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang dikaji yang dapat diperoleh dari literature, buletin, majalah-majalah, brosur dan bahan-bahan kuliah yang berhubungan dengan penulisan tesis ini.
- b. Riset Lapangan  
Yaitu mengumpulkan data langsung di lapangan ke para pedagang pengumpul gambir dan petani gambir yang ada di kabupaten Pesisir Selatan dengan cara melakukan interview.

#### Teknik Pengumpulan Data

Sedangkan, teknik pengumpulan data, baik data primer maupun data sekunder dilakukan dengan beberapa teknik, yaitu sebagai berikut :

#### Wawancara

Bungin (2004:108; Moleong, 2002:135; Indriantoro dan Supomo, 1999:152) mendefinisikan wawancara sebagai berikut:

*“Proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya, yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan*

*pertanyaan dengan yang diwawancarai (interviewee)”*

Wawancara dilakukan dengan para pedagang pengumpul melalui wawancara secara mendalam (*indepth interview*) dengan memakai pedoman wawancara (*interview guide*) Bungin (2004:110) mendefinisikan wawancara mendalam sebagai :

*“Suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti. Wawancara mendalam dilakukan secara intensif dan berulang-ulang.”*

Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengajukan banyak pertanyaan dan yang memerlukan waktu yang lama dibandingkan dengan wawancara melalui telepon. Juga memungkinkan bagi pewawancara untuk mendalami kompleksitas masalah dan menjelaskan maksud peneliti kepada responden. Partisipasi responden relative tinggi dibandingkan dengan teknik kuesioner. Namun demikian dapat menyebabkan kemungkinan jawaban responden yang bias karena terpengaruh oleh pewawancara (Indriantoro dan Supomo, 1999:153).

### **Dokumentasi.**

Dokumentasi dimaksudkan untuk mengumpulkan data sekunder yang diperoleh melalui cara mengumpulkan berbagai data dan informasi tentang jumlah pedagang pengumpul gambir sebagai bahan referensi dan analisis. Selain itu dipergunakan pula sejumlah dokumentasi lainnya yang berasal dari buku, jurnal, majalah, makalah hasil seminar, surat kabar dan sumber data lainnya.

### **Observasi**

Observasi ini meliputi pengamatan terhadap keadaan lapangan dimana penelitian

ndilakukan, seperti aktifitas pedagang pengumpul gambir, pengamatan terhadap proses pembelian gambir dari petani dan penjualan kepada eksportir. Melalui observasi ini, peneliti dapat memperoleh dan mengumpulkan data asli sesuai kejadiannya.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Sekarang (2000:266), Indriantoro dan Supomo (1999:15); Umar (2003:145) mendefinisikan populasi sebagai berikut: *“Sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel”*.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pedagang pengumpul gambir di Kabupaten Pesisir Selatan yang telah menggantungkan ekonominya pada usaha tersebut, baik yang masih aktif maupun yang tidak menjalani usaha ini lagi (sudah keluar). Menurut informasi dan data yang penulis peroleh saat ini terdapat ± 41 orang pedagang pengumpul yang masih aktif, terdiri dari pedagang pengumpul besar dan pedagang pengumpul kecil di kabupaten Pesisir Selatan. Pedagang pengumpul tersebut tersebar di dua kecamatan yaitu Koto XI Tarusan dan Kecamatan Surantih di 8 (delapan) kenagarian. Sedangkan pedagang pengumpul yang tidak lagi menjalani usaha ini berjumlah 12 orang yang terdapat di kecamatan Koto XI Tarusan.

#### **Sampel**

Sampel adalah bagian kecil dari suatu populasi (Umar, 2003:145; Indriantoro dan Supomo, 1999:115). Lebih lanjut mereka menjelaskan tentang metode pemilihan sampel. Pemilihan sampel dapat dilakukan dengan metode non probabilitas atau secara tidak acak dimana elemen-elemen populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Pemilihan metode ini umumnya berdasarkan pada

pertimbangan waktu yang relative cepat dan biaya yang relative lebih murah dibandingkan dengan metode pemilihan sampel probabilitas.

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil sebanyak 20 orang pedagang pengumpul yang masih aktif dan 4 orang pedagang pengumpul yang sudah tidak aktif. Sampel pedagang pengumpul yang masih aktif penulis ambil tiga orang untuk tiap kenagarian di kecamatan Koto XI Tarusan (yang terdiri dari 5 kenagarian) dan 5 orang untuk Kecamatan Surantih. Pedagang pengumpul yang dijadikan responden adalah merupakan pedagang pengumpul yang cukup sukses dalam usaha perdagangan gambir di kabupaten Pesisir Selatan.

Sampel dipilih dengan menggunakan metode pemilihan sampel bertujuan (*purpose sampling*). Indriantoro dan Supomo (1999) mengemukakan bahwa peneliti kemungkinan mempunyai tujuan atau target tertentu dalam memilih sampel secara tidak acak. Selanjutnya mereka menjelaskan bahwa ada dua jenis metode yang dapat digunakan untuk pemilihan sampel ini, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan (*judgement sampling*) dan berdasarkan kouta (*quota sampling*). Pada penelitian ini digunakan digunakan jenis *judgement sampling* dimana informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu (d disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian). Elemen populasi yang dipilih sebagai sampel dibatasi pada elemen-elemen yang dapat memberikan informasi berdasarkan pertimbangan, karena pelaksanaannya dapat dilakukan dalam waktu yang relative cepat dan biaya yang relative murah.

### **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif ini digunakan dengan tujuan untuk menjelaskan hasil perhitungan dari analisis kuantitatif

sebelumnya guna mengetahui keterkaitannya dengan teori-teori yang relevan dan hasil analisis yang telah diperoleh di samping itu juga untuk membandingkan antara hasil *survey primer* yang telah dilakukan di lapangan untuk memperoleh gambaran yang lebih *komprehensif* mengenai aktivitas yang terdapat pada objek *study*.

### **Analisis Key Succes Factor dan Perumusan Strategi**

Analisis ini digunakan untuk menjawab permasalahan yaitu dengan menganalisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal untuk mengetahui *key succes factor* dalam industri perdagangan gambir di kabupaten Pesisir Selatan serta strategi apa saja yang diterapkan oleh para pedagang pengumpul dalam menjalankan dan pengembangan usahanya.

### **Matrik Evaluasi Faktor Eksternal**

Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu Faktor Strategi Eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara- cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) menurut Rangkuti (2003) :

1. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk peluang bersifat positif (peluang

yang semakin besar diberi rating + 4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating + 1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

#### IV. HASIL PENELITIAN

##### **Sistem Tata Niaga Gambir di Kabupaten Pesisir Selatan.**

Penanaman gambir oleh masyarakat Pesisir Selatan pertama kalinya sekitar tahun 1916 masehi tepatnya di kenagarian Siguntur. Kemudian sekitar tahun 1951 yang merupakan masa keemasan bagi petani gambir khususnya petani Pesisir Selatan yaitu membaiknya harga gambir, gambir mulai ditanam dan diminati oleh masyarakat lain dikabupaten Pesisir Selatan yaitu di kenagarian Barung-barung Belantai. Pada tahun 1950 ini di kenagarian Siguntur gambir ditanam secara besar-besaran di tiga lokasi

yaitu Gunung Lelomagek dengan produksi 17 ton, Labah dengan produksi 20 ton dan Tabatuang 4 Ton. Pembukaan lahan besar-besaran ini dilakukan secara berkelompok oleh masyarakat pada tanah ulayat suku. Dengan semangat persatuan antara petani dan pedagang pengumpul gambir di Kabupaten Pesisir Selatan pada tahun 1955 berdiri sebuah CV. Persatuan Kaum Tani Siguntur (PERKATAS). CV ini didirikan bertujuan untuk memudahkan tata niaga gambir dan pendistribusian gambir Pesisir Selatan. Namun CV. PERKATAS yang merupakan lembaga distribusi dan pemasaran gambir yang digagas oleh Buya H. Mansur dan kawan-kawannya ini tidak mempunyai umur yang panjang sekitar tahun 1967 CV. PERKATAS yang berlokasi di Pasa Gadang Padang Sumatera Barat bangkrut dan tak terdengar lagi namanya sampai sekarang. Seiring dengan kebangkrutan CV. PERKATAS lahan gambir pada tiga lokasi tersebut juga ditinggalkan oleh masyarakat dan menjadi tidur sampai sekarang.

#### V. KESIMPULAN DAN SARAN

##### **Kesimpulan**

Dengan mengacu pada pertanyaan penelitian didalam Bab I yang sekaligus merupakan pengarah dari penelitian ini, maka berdasarkan hasil analisis pada Bab IV sebelumnya dapatlah dijawab pertanyaan-pertanyaan tersebut sehingga tercapailah tujuan dari penelitian yang dilakukan.

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilapangan dan hasil analisis data yang diperoleh diketahui bahwa sistem tata niaga gambir di kabupaten Pesisir Selatan Masih bersifat tradisional, hal ini ditunjukkan oleh panjangnya rantai distribusi gambir yang terdapat di Pesisir Selatan. Petani menjual hasil panen atau produksi gambirnya kepada pedagang pengumpul setiap 1 kali dalam 2 hari atau

tiga hari dengan rata-rata berat gambir 50 sampai 60 kilogram sekali timbang (sekali menjual), kemudian pedagang pengumpul menjual kembali gambir yang dibeli dari petani tersebut kepada kepada eksportir atau agen ekportir yang ada dipadang, dan ada juga pedagang pengumpul yang menjual gambirnya kepada sesama pedagang pengumpul lainnya. Disamping itu keberadaan pedagang pengumpul dalam tata niaga gambir di Pesisir Selatan mempunyai peranan yang sangat dominan, dimana pada umumnya petani menggunakan pedagang pengumpul sebagai salah satu perantara atau lembaga distribusi gambir dalam tata niaga gambir tersebut, dan para pedagang pengumpul yang mempunyai peranan sangat dominan tersebut telah menjalankan fungsi distribusi secara umum.

2. Dari penelitian yang dilakukan dilapangan, dalam memperoleh pasokan gambir dari petani, sebahagian pedagang pengumpul melakukan pembelian secara system pembelian indent dan sebagian lagi dengan cara simtem lepas atu tidak terikat. Kemudian dalam menjual gambir kepada pembeli eksportir, pedagang pengumpul menjual secara rutin kepada pedagang eksportir tertentu atau kepada pembeli yang menawarkan harga yang lebih tinggi. Pembelian gambir dari petani atau penjualan kembali kepada eksportir dilakukan dengan cara konvensional tanpa ada ikatan bisnis atau hubungan dalm bentuk formal.
3. Berdasarkan data yang diperoleh dan diolah dengan melakukan analisis IFAS, ketahui bahwa factor kunci penting yang mendukung usaha perdagangan gambir yang dilakukan pedagang pengumpul kabupaten Pesisir Selatan adalah Hubungan baik dengan petani yang dapat

diwujudkan dengan memberikan kepercayaan dalam bentuk pinjaman dana (pembiayaan) kepada petani sebelum maupun sesudah panen, yang merupakan factor terjadinya pembelian secara inden. Pemberian pembiayaan tau pembelian secara indent dapat dilakukan, jika pedagang pengumpul mempunyai dana yang cukup, factor modal juga factor kunci keberhasilan dalam usaha pedagang pengumpul. Factor kunci keberhasilan pedagang pengumpul berikutnya adalah hubungan atau komunikasi yang baik (relationship) dengan pembeli yaitu pedagang eksportir tempat menjual gambir. karena jika hubungan ini tidak ada maka pedagang pengumpul akan kesulitan dalam menjual kembali gambirnya serta akan kalah bersaing dengan pedagang pengumpul lain dalam harga. Factor pentinglain yang sangat mendukung usaha perdagangan gambir dikabupaten Pesisir Selatan adalah hubungan baik dengan sesama pedagang pengumpul, kerana dengan adanya hubungan baik akan mambantu dan memudahkan kelancaran usaha terutama dalam perkembangan informasi harga dan pemasaran gambir.

4. Strategi yang dapat diterapkan oleh pedagang pengumpul untuk masa yang akan datang adalah dengan melakukan kerjasama dengan eksportir atau dengan pemerintah maupun dengan sesama pedagang pengumpul dalam bentuk strategi *joint venture*, dimana strategi ini dapat diterapkan dengan pertimbangan dan tujuan kapitalisasi modal dan untuk berbagi beban resiko.

### **Saran**

Dalam penelitian ini peneliti hanya membahas tentang system tata niaga gambir di Pesisir Selatan dan menganalisis factor

kunci yang memiliki dan mendukung keberhasilan (kesuksesan) dalam perdagangan gambir di Kabupaten Pesisir Selatan serta menawarkan strategi yang dapat diterapkan oleh pedagang pengumpul untuk masa yang akan datang. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengadakan penelitian dengan skop Nasional sampai pada proses penjualan

## DAFTAR PUSTAKA

- Barnes. (2003). *Secrets Of Customer Relationship Managemen : Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan, Edisi Bahasa Indonesia*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Bungin. (2004), *metodologi Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologis ke arah Ragam Varian Kontemporer*. Divisi Buku Perguruan Tinggi, PT. Grafindo Persada, Jakarta.
- Chandler, A.D. (1962). *Strategy and Structure*. Dumbleday, Garden City, New York
- Chandra G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- David, A. (1996). *Managing Brand Equity*. The Free Press, Mc Millan Inc.
- Engel, J. F., Blackwell R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen, Edisi Keenam, Jilid I*. Binarupa Aksara
- Engel, J. F., Blackwell R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen, Edisi Keenam, Jilid Kedua*. Binarupa Aksara
- Hits, MA, Ireland, R.D., & Hoskisson, R.E., (2001), *Manajemen Strategis : Daya Saing dan Globalisasi. Edisi keempat*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Hunger dan Wheelen, (2000). *Strategic Management Business Policy, 7<sup>th</sup> edition*, Prentice hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Indriantoro N., & Supomo B, (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan manajemen*. BPFE, Yogyakarta
- Jaugh, L.R. & Glueck, W.F. (1995). *Manajemen dan Kebijakan Perusahaan*, Penerbit PT. Erlangga. Jakarta
- Kotler P, & Amstrong, G (1997). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid I*, PT. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid I*. PT. Prehallindo, Jakarta.
- Moleong, L.J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitati*. PT. Remaja RosdaKarya, Bandung
- Mowen, J.C., & Minor M. (2002). *Perilaku Konsumen, Jilid II*. Erlangga, Jakarta
- Peter, J.P., & Olson, J.C., (2000<sup>b</sup>). *Cosumer Behaviour, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi Keempat, Jilid 2*. Erlangga, Jakarta.
- Porter, (1994). *Keunggulan Bersaing Edisi bahasa Indonesia*, Binarupa Aksara. Jakarta

- Prasetijo, Ristiyanti & Ihalauw, Hohn J.O.I. (2005). *Perilaku Konsumen Edisi I*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction : Gaining Customer Relationship, Strategi Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN – JP*. PT. Gramedia Pustaka, Utama
- Sekaran, U (2000). *Research Methods For Business, 3<sup>rd</sup> Ed*. John. Wiley & Sons.Inc
- Singarimbun, M. & Efendi, S. (1989). *Metode Penelitian Survey*, Lembaga penelitian, Pendidikan dan Pengembangan Ekonomi dan sosial, Jakarta.
- Tjiptono, F. (2000). *Perspektif manajemen dan Pemasaran Kontemporer, Edisi I*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Umar, H. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Penerbit PT. Gramedia Citra Utama Bekerjasama dengan Jakarta Business research Center (JBRC). Jakarta
- Umar, H. (2003). *Strategic Management in Action*. Penerbit PT. Gramedia Citra Utama, Jakarta
- Zikmund, W.G. (1994). *Business Research Methods, 4<sup>th</sup> Edition*. The Dryden Press Hartcut Brace College Publisher. Florida, USA.