

ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT KOTA PONTIANAK TENTANG KEBERADAAN DAN PERANAN *CREDIT UNION* DI KOTA PONTIANAK

DEWI SANTIKA

email: d_santika1978@yahoo.com

STIE Widya Dharma Pontianak

Abstract

Nowadays many people of West Kalimantan choose to save their money in Credit Unions (CU). The basic reason for choosing CU is because they can get much information on financial management and profit from CU's program. The goal of this research is to find out the perception of the people in Pontianak about the role and benefit they can get from CU and banking system. This qualitative-descriptive analysis applies an accidental sampling with 10 samples of each of nine Credit Unions in Pontianak based on BKKU Kalimantan's database. The data of this study was collected by interviews, questionnaires, and bibliography study. The result of this study is that most of Pontianak people prefer to choose CU because of its advantageous aspects, such as the flexibility of credit system.

Kata kunci: Credit Union, awareness, knowledge, advantage

A. Pendahuluan

Peranan lembaga keuangan dalam kehidupan masyarakat saat ini sudah merupakan salah satu kebutuhan primer, dimana lembaga keuangan mempunyai peranan sebagai media pemenuhan kebutuhan bisnis, investasi, dan media pembayaran non tunai (Arthesa dan Handiman, 2009, 3). Lembaga keuangan di Indonesia terbagi menjadi dua kelompok yaitu lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan non perbankan. Lembaga keuangan perbankan menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998 terbagi menjadi Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Sedangkan lembaga keuangan non perbankan terdiri dari pasar modal, pasar uang, pasar valuta, perusahaan modal ventura, perusahaan kartu plastik, koperasi, asuransi, lembaga pembiayaan, dana pensiun, dan pegadaian (Arthesa dan Handiman, 2009, 7).

Seiring perkembangan dunia bisnis dan pendidikan masyarakat akan pengelolaan keuangan, saat ini di Kota Pontianak sudah masuk lembaga koperasi yaitu *credit union* dimana dalam kurun lima tahun terakhir semakin banyak cabang atau tempat pelayanan yang tersebar. Jika dilihat lebih jauh masyarakat Pontianak sudah terbiasa menggunakan jasa perbankan selama ini akan tetapi saat *credit union* masuk ke Pontianak, secara cepat mereka mendapatkan tempat dihati masyarakat Pontianak.

Data Tabel 1 menjabarkan perkembangan *credit union* di Kalimantan Barat dan semua *credit union* tersebut masih beroperasi hingga saat ini dan tergabung dalam Badan Koordinasi *Credit Union* (BKKU) Kalimantan berkedudukan di Pontianak, BKKU Kapuas berkedudukan di Sintang, BKKU Khatulistiwa berkedudukan di Sanggau, dan BKKU Borneo berkedudukan di Pontianak. Berdasarkan data BKKU Kalimantan saat ini ada sembilan *credit union* yang beroperasi di Kota Pontianak, yaitu Lantang Tipo, Pancur Kasih, Keling Kumang, Khatulistiwa Bhakti, Stella Maris, Bina Kasih, Keluarga Kudus, Kingmi, dan Muara Kasih.

TABEL 1
DATA PERKEMBANGAN CREDIT UNION DI KALIMANTAN BARAT

| No. | Nama Credit Union | Tanggal Pendirian | Kota Awal Pendirian |
|-----|-------------------------|-------------------|----------------------------|
| 1. | Lantang Tipo | 2 Februari 1976 | Pusat Damai, Sanggau |
| 2. | Khatulistiwa Bhakti | 12 Mei 1985 | Pontianak |
| 3. | Pancur Kasih | 28 Mei 1987 | Pontianak |
| 4. | Bina Masyarakat | 17 Agustus 1988 | Sintang |
| 5. | Sehaq | 1 Oktober 1988 | Pahauman, Landak |
| 6. | Masdapala | 15 April 1989 | Ngabang |
| 7. | Usaha Kita | 9 Juli 1989 | Sei Ayak, Sekadau |
| 8. | Bonaventura | 9 Januari 1991 | Nyarumkop, Singkawang |
| 9. | Semandang Jaya | 1 November 1991 | Ketapang |
| 10. | Semarong | 27 Februari 1993 | Sosok, Sanggau |
| 11. | Keling Kumang | 25 Maret 1993 | Tapang Sambas, Sekadau |
| 12. | Pancur Solidaritas | 1 April 1994 | Ketapang |
| 13. | Sumber Kasih | 1 Mei 1994 | Teraju, Sanggau |
| 14. | Stella Maris | 12 Februari 1995 | Pontianak |
| 15. | Alam Lestari Jopo | 1 April 1995 | Ds. Cupang Gading, Sekadau |
| 16. | Pancur Dangeri | 14 April 1995 | Simpang Dua, Ketapang |
| 17. | Nyai Anta | 14 Mei 1995 | Ng. Taman, Sekadau |
| 18. | Samaria | 24 Oktober 1995 | Batang Tarang, |
| 19. | Canaga Antutri | 14 April 1996 | Menyumbang, Ketapang |
| 20. | Tri Tapang Kasih | 2 Juni 1996 | Sejiram, Kapuas Hulu |
| 21. | Banuri Harapan Kita | 10 Juni 1996 | Batang Tarang, Sanggau |
| 22. | Agape | 13 Juni 1996 | Ketapang |
| 23. | Berkat Usaha | 18 Oktober 1996 | Ds. Baram, Ketapang |
| 24. | Kusapa | 13 Desember 1996 | Sanggau |
| 25. | Panamuan Katalino | 1 Juni 1997 | Tumiang, Bengkayang |
| 26. | Raya Ramoh | 1 Juni 1997 | |
| 27. | Pangiris Midup | 1 September 1997 | Langkar, Ketapang |
| 28. | Pangsurat Gunung Bawang | 3 April 1998 | Ledo, Bengkayang |
| 29. | Puyang Gana | 6 Juli 1998 | Ds. Keboq, Sintang |
| 30. | Tuah Menua | 18 Agustus 1998 | Sei Utik, Kapuas Hulu |
| 31. | Manteare | 6 September 1998 | Rawak, Sekadau |
| 32. | Taponkng Borimai | 29 September 1998 | Bonti, Sanggau |
| 33. | Gemalaq Kemisiq | 17 Februari 1999 | Jelai Hulu, Ketapang |
| 34. | Bina Kasih | 23 Oktober 1999 | Pontianak |
| 35. | Muara Kopa | 22 Feburari 2000 | Keladang, Sanggau |
| 36. | Telaga Kumang | 1 Oktober 2000 | Putussibau |
| 37. | Keluarga Kudus | 15 Oktober 2000 | Pontianak |
| 38. | Tilung Jaya | 15 Oktober 2001 | Putussibau |
| 39. | Arus Laur | 15 November 2001 | Putussibau |
| 40. | Tani Mandiri | 1 Mei 2003 | Ng. Mau, Sintang |
| 41. | Muara Pesisir | 10 Mei 2003 | Sei Itik, Kakap |
| 42. | Sabhang Utung | 17 September 2004 | Ng. Kemangai, Sintang |
| 43. | Kingmi | 9 Juli 2007 | Pontianak |
| 44. | Muara Kasih | 15 Agustus 2012 | Pontianak |

Sumber: Puspokditicukalimantan, 2014

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin mengkaji persepsi masyarakat Kota Pontianak terhadap keberadaan dan peranan *credit union* di Kota Pontianak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi terhadap persepsi masyarakat terhadap keberadaan dan peranan *credit union* dibandingkan dengan lembaga keuangan perbankan.

B. Kajian Teori

Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Ade dan Handiman, 2009, 12). Menurut Undang-Undang No.25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian, Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi (Hendrojogi, 2004, 1) sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan (Widiyanti dan Sunindhia, 2008, 3).

Perilaku konsumen (consumer behavior) adalah studi tentang unit pembelian (buying units) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide (Mowen dan Minor, 2002: 6). Dalam meneliti proses pengambilan keputusan konsumen, dapat digunakan model perilaku konsumen sebagai skema atau kerangka kerja yang menggambarkan aktivitas-aktivitas konsumen dalam mengambil keputusan membeli (Mangkunegara, 2005: 21). Menurut Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf seperti dikutip Mangkunegara (2005: 23), terdapat lima model perilaku konsumen yaitu *The Howard and Sheth Model of Buyer Behaviour*, *The Sheth Model of Industrial Buyer Behavior*, *The Engel, Kollat, and Blackwell Model of Buyer Behaviour*, *The Kerby Model of Buyer Behaviour*, dan *The Dyadic Approach Nicosia's Model of Buyer Behaviour*. Dalam penelitian ini digunakan Model Perilaku Konsumen dari Howard dan Sheth dimana model ini menunjukkan suatu proses dan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen sebelum dan sesudah terjadinya pembelian dengan melibatkan persepsi, pembelajaran, dan sikap dimasa depan dengan membandingkan beberapa alternatif produk (dalam penelitian ini jasa keuangan) dan memilih berdasarkan kesesuaian produk dengan kebutuhannya (Mangkunegara, 2005: 23-26). Peneliti menggunakan Model Perilaku Konsumen Howard dan Sheth (Istijanto, 2005: 61-63) karena model ini memasukkan aspek *choice criteria* (kriteria memilih kelebihan dari masing-masing alternatif pilihan produk) dan *brand comprehension* (pemahaman produk terhadap masing-masing alternatif pilihan produk) sehingga dapat menemukan faktor-faktor pemilihan antara jasa keuangan *credit union* dan/atau perbankan.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode survei lapangan dan studi dokumenter dengan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara terstruktur dimana peneliti menyiapkan daftar pertanyaan dan alternatif jawaban untuk dipilih responden. Populasi penelitian ini adalah semua anggota *credit union* yang berdomisili di Kota Pontianak. Sampel ditetapkan sebanyak 90 orang responden. Pengambilan sampel responden menggunakan metode *Accidental Sampling* dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti dan tidak ada batasan bahwa seseorang hanya boleh menjadi anggota pada satu *credit union* saja. Peneliti menentukan besaran sampel dengan teknik sampling kuotadimana masing-masing *credit union* yang beroperasi di Kota Pontianak, yaitu Lantang Tipo, Pancur Kasih, Keling Kumang, Khatulistiwa Bhakti, Stella Maris, Bina Kasih, Keluarga Kudus, Kingmi, dan Muara Kasih adalah 10 responden dimana responden tersebut merupakan anggota *credit union* dan bersedia mengisi kuesioner pada saat ditemui (Sugiyono, 2005: 120-121).

Metode analisis data adalah metode kualitatif dimana hasil jawaban responden yang masuk dikelompokkan, ditabulasikan, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sarwono, 2006, 10) . Adapun variabel dan indikator penelitian meliputi (Kotler, 2002: 204-208), (Sutisna, 2001: 20-25), dan (Hendrojogi, 2004: 78-83):

1. Kesadaran akan keberadaan *credit union*; pertama kali mengetahui keberadaan CU, alasan tertarik menjadi anggota CU, dan pilihan lembaga jasa keuangan.

2. Informasi akan perbedaan antara *credit union* dengan perbankan; memiliki informasi tentang produk dan fasilitas perbankan, melakukan perbandingan produk dan fasilitas CU dan perbankan, dan pengambilan keputusan menjadi anggota CU.
3. Pengetahuan tentang produk, fasilitas, dan pelayanan *credit union*; pemahaman sebelum pelatihan, pemahaman setelah pelatihan, dan sikap setelah pelatihan.
4. Kelebihan menjadi anggota *credit union*; kelebihan yang ditawarkan CU, kelebihan yang dirasakan anggota CU, dan kemampuan CU memenuhi harapan anggota.
5. Peranan *credit union* bagi anggota; peranan CU dalam meningkatkan taraf hidup anggotanya, kemampuan dan kesesuaian CU dalam meningkatkan taraf hidup anggotanya, dan harapan anggota terhadap pengembangan CU di masa yang akan datang.

D. Pembahasan

1. Rekapitulasi Jawaban Responden

TABEL 2
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

| VARIABEL PENELITIAN | JAWABAN RESPONDEN | |
|--|-------------------|--------|
| | Jumlah (orang) | % |
| A. Kesadaran Akan Keberadaan Credit Union. | | |
| 1. Pertama kali mengetahui keberadaan CU. | | |
| a. Keluarga yang telah menjadi anggota CU. | 23 | 25,56 |
| b. Teman yang telah menjadi anggota CU. | 25 | 27,78 |
| c. Tidak CU di media radio dan iklan di rumah. | 10 | 11,11 |
| d. Petugas CU. | 17 | 18,89 |
| e. Sumber lainnya. | 15 | 16,67 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| 2. Alasan tertarik menjadi anggota CU. | | |
| a. Ajakan dari keluarga/teman. | 38 | 42,22 |
| b. Ajakan dari petugas CU. | 19 | 21,11 |
| c. Membantu fasilitas keuangan tetapi tidak dibebankan. | 21 | 23,33 |
| d. Kesadaran inisiatif sendiri. | 12 | 13,33 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| 3. Pilihan lembaga jasa keuangan. | | |
| a. Cukup menjadi anggota pada satu CU. | 0 | 0,00 |
| b. Menjadi anggota pada beberapa CU. | 7 | 7,78 |
| c. Menjadi anggota CU dan menambah perbankan juga. | 66 | 73,33 |
| d. Menjadi anggota CU dan fasilitas kredit Lending. | 17 | 18,89 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| B. Informasi Akan Perbedaan Antara Credit Union dan Perbankan. | | |
| 1. Memiliki informasi tentang produk dan fasilitas Bank. | | |
| a. Ya, tahu tentang produk dan fasilitas Bank. | 83 | 92,22 |
| b. Tidak tahu tentang produk dan fasilitas Bank. | 7 | 7,78 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| 2. Melakukan perbandingan produk dan fasilitas antara CU dan Bank. | | |
| a. Ya, melakukan perbandingan produk dan fasilitas. | 68 | 75,56 |
| b. Tidak melakukan perbandingan produk dan fasilitas. | 22 | 24,44 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| 3. Pengambilan keputusan menjadi anggota CU. | | |
| a. Sederah dan-luar trend saja. | 24 | 26,67 |
| b. Setelah mendapat informasi tentang produk CU. | 35 | 38,89 |
| c. Setelah membandingkan produk dan fasilitas CU dan Bank. | 31 | 34,44 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| C. Pengetahuan Tentang Produk, Fasilitas, dan Pelayanan Credit Union. | | |
| 1. Paham tentang produk, fasilitas, dan pelayanan CU sebelum pelatihan. | | |
| a. Sudah paham tentang semua produk sebelum pelatihan. | 22 | 24,44 |
| b. Ada sebagian hal yang masih belum dipahami. | 68 | 75,56 |
| c. Tidak paham sama sekali tentang semua produk CU. | 0 | 0,00 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| 2. Memiliki pemahaman yang lebih baik setelah mengikuti pelatihan. | | |
| a. Iya. | 71 | 78,89 |
| b. Sama saja. | 19 | 21,11 |
| c. Tetap tidak paham. | 0 | 0,00 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| 3. Sikap Anda setelah mengikuti pelatihan produk dan fasilitas CU. | | |
| a. Langsung mencoba produk dan fasilitas yang lain pada CU. | 14 | 15,56 |
| b. Akan mempertimbangkan saat dibutuhkan. | 21 | 23,33 |
| c. Tetap membeli produk/bank CU maupun di luar CU sesuai kebutuhan. | 55 | 61,11 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| D. Kelebihan Menjadi Anggota Credit Union | | |
| 1. Kelebihan yang dirasakan CU. | | |
| a. Kemudahan proses dan pelayanan simpan pinjam. | 22 | 24,44 |
| b. Hasil pengembangan simpanan yang lebih tinggi dibanding bank. | 13 | 16,67 |
| c. Adanya pembagian Sisa Hasil Usaha selain bunga. | 33 | 38,89 |
| d. Variasi produk yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan anggota. | 13 | 14,44 |
| e. Fleksibilitas prosedur dan pelayanan. | 5 | 5,56 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| 2. Kelebihan yang dirasakan anggota CU. | | |
| a. Kemudahan proses dan pelayanan simpan pinjam. | 19 | 21,11 |
| b. Hasil pengembangan simpanan yang lebih tinggi dibanding bank. | 26 | 28,89 |
| c. Adanya pembagian Sisa Hasil Usaha selain bunga. | 25 | 27,78 |
| d. Variasi produk yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan anggota. | 10 | 11,11 |
| e. Fleksibilitas prosedur dan pelayanan. | 10 | 11,11 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| 3. Kemampuan CU memenuhi harapan anggota terhadap jasa keuangan. | | |
| a. Sudah mampu. | 53 | 58,89 |
| b. Belum mampu. | 37 | 41,11 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| E. Peranan Credit Union Bagi Anggotanya | | |
| 1. Peranan CU dalam meningkatkan taraf hidup anggotanya. | | |
| a. Memiliki dana simpanan untuk kebutuhan rumah tangga. | 43 | 47,78 |
| b. Memungkinkan pembelian barang aset. | 32 | 35,56 |
| c. Pengembangan usaha bisnis anggota. | 15 | 16,67 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| 2. Kemampuan dan kesesuaian CU dalam meningkatkan taraf hidup anggotanya. | | |
| a. Sudah. | 41 | 45,56 |
| b. Belum. | 49 | 54,44 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |
| 3. Harapan anggota terhadap pengembangan jasa pelayanan Credit Union. | | |
| a. Tempat Pelayanan (TP) yang lebih tersebar dan fasilitas ATM online. | 6 | 6,67 |
| b. Fasilitas transaksi pembayaran rekening. | 18 | 20,00 |
| c. Fasilitas pinjaman yang lebih kompetitif. | 42 | 46,67 |
| d. Produk simpanan yang lebih kompetitif. | 24 | 26,67 |
| Sub Total | 90 | 100,00 |

2. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Variabel kesadaran akan keberadaan *Credit Union*.

Sebagian besar responden menjawab bahwa pertama kali sadar dan yang membuat mereka tertarik untuk menjadi anggota CU adalah lingkungan keluarga dan teman yang terlebih dahulu menjadi anggota CU. Sedangkan untuk pilihan jasa keuangan, sebagian besar responden tetap memilih jasa perbankan selain mereka juga anggota CU dengan alasan fleksibilitas waktu dan tempat pelayanan perbankan seperti fasilitas jaringan *Automatic Teller Machine (ATM)* online dan bersama, instrumen kartu debit yang memudahkan proses transaksi, dan ketersediaan jaringan *merchant* dalam kemudahan transaksi pembelian.

b. Variabel informasi akan perbedaan antara *Credit Union* dengan Perbankan.

Sebagian besar responden juga merupakan nasabah perbankan sehingga mereka mengetahui perbedaan produk dan jasa pelayanan antara CU dengan perbankan. Sedangkan beberapa responden menjawab kurang mengetahui tentang produk dan jasa pelayanan perbankan dikarenakan faktor pendidikan dan usia.

c. Variabel pengetahuan tentang produk, fasilitas, dan pelayanan *Credit Union*.

Adanya peraturan wajib pelatihan bagi anggota baru CU sebagai prasyarat untuk pengajuan fasilitas pinjaman sehingga semua responden saat ini telah memiliki pengetahuan tentang produk, fasilitas, dan pelayanan CU. Akan tetapi sikap sebagian besar responden menunjukkan perilaku melakukan perbandingan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Contoh: fasilitas pembiayaan pembelian motor dimana *showroom* motor telah bekerjasama (*partnership*) dengan perusahaan pembiayaan sehingga responden akan memutuskan membeli fasilitas pembiayaan dari perusahaan pembiayaan dibandingkan dari CU dengan alasan kemudahan, kecepatan, dan kelancaran proses pengajuan pinjaman.

d. Variabel kelebihan menjadi anggota *Credit Union*.

Sebagian besar responden menjawab bahwa pada saat masuk menjadi anggota, pegawai CU menawarkan kelebihan pada produk simpanan terutama suku bunga dan pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) yang cukup menarik. Aspek tersebut juga yang mereka rasakan dan merupakan daya tarik awal mereka menjadi anggota CU. Walaupun demikian, menurut sebagian responden CU belum mampu memenuhi harapan anggota terhadap jasa keuangan terutama suku bunga pinjaman yang tidak kompetitif, belum adanya kerjasama CU dengan developer (karena adanya kerjasama developer perumahan dengan perbankan sehingga secara otomatis calon pembeli perumahan diarahkan ke bank relasi) dan pengiat usaha (penyediaan instrumen pembayaran non tunai), dan keterbatasan waktu dan tempat pelayanan CU.

e. Variabel peranan *Credit Union* bagi anggotanya.

Sebagian besar responden menjawab bahwa CU sudah berperan dalam peningkatan taraf hidup anggotanya walau belum maksimal karena masih terbatas pada kelebihan produk simpanan. Sebagai anggota CU, responden mengharapkan CU melakukan pengembangan produk dan fasilitas simpan pinjam yang lebih kompetitif dan sesuai dengan dinamika dan mobilitas masyarakat Kota Pontianak dimana penggunaan jasa keuangan sudah merupakan kebutuhan sehari-hari seperti untuk transaksi pembelian pulsa telekomunikasi dan listrik, transaksi belanja baik *in-store* maupun *online shop*, jasa keuangan personal (contoh: transfer dana pendidikan), jasa keuangan usaha/bisnis (contoh: kredit modal kerja dengan angsuran yang lebih fleksibel dan kompetitif), dan sebagainya.

E. Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat ditarik simpulan berikut ini:

1. Masuknya *credit union* dalam pemenuhan jasa keuangan mendapat tanggapan positif dari masyarakat Kota Pontianak.
2. Sebagian besar responden menjadi anggota *credit union* dikarenakan tingkat suku bunga simpanan yang kompetitif dan prosedur pengajuan pinjaman yang mudah dan beragam terutama kredit mikro.
3. Masyarakat Kota Pontianak belum dapat mengandalkan *credit union* sebagai satu-satunya lembaga pendukung kegiatan jasa keuangan mereka baik personal maupun kegiatan usaha/bisnis karena keterbatasan lingkup pelayanan yang masih bersifat individu *credit union* tersebut saja.
4. Anggota mengharapkan *credit union* dapat melakukan pengembangan pada produk, fasilitas, dan pelayanan simpan pinjam yang setara dengan perbankan sehingga dapat mendukung kebutuhan jasa keuangan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Arthesa, Ade, dan Edia Handiman. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Jakarta: PT Indeks.
- Hendrojogi. 2004. *Koperasi : Asas-asas, Teori, dan Praktik*, Edisi Revisi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millemium, Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2005. *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi. Bandung: Refika Aditama.
- Mowen, John C., dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Jilid 1 dan Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitaif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Widiyanti, Ninik, dan Y.W. Sunindhia. 2008. *Koperasi dan Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta dan Bina Adiaksara.