

JURNAL AKADEMIK PENDIDIKAN EKONOMI

Jurnal Hasil Penelitian

<https://www.ejournal.lppmunidayan.ac.id/index.php/ekonomi>

Print ISSN : 2460-0512
Online ISSN : 2686-374X

Keywords: Promotion, Students Interest, University of Dayanu Ikhsanuddin

Kata kunci : Promosi, Minat Mahasiswa, Universitas Dayanu Ikhsanuddin

Korespondensi Penulis:
Nomor Tlp: 081392674683



Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unidayan Baubau

Alamat: Jalan Dayanu Ikhsanuddin No. 124, Kode Pos 93721 Baubau, Sulawesi Tenggara, Indonesia.

Email:
pendidikanekonomi@unidayan.ac.id

PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS DAYANU IKHSANUDDIN

Sardiana¹, Fitriani²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Dayanu Ikhsanuddin, Jalan Dayanu Ikhsanuddin No. 124 Baubau, Sulawesi Tenggara 93721, Indonesia

Email: sardiana@unidayan.ac.id, fitriani@unidayan.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of promotion on student interest in choosing the economics education study program, FKIP Dayanu Ikhsanuddin University. The type of research used was a survey with a quantitative descriptive analysis approach. The variables in this study consisted of two variables, namely the free variable of promotion (X) and the dependent variable student interest (Y). This research will be carried out in the Economic Education Study Program, FKIP, Dayanu Ikhsanuddin Baubau University. The data analysis technique used in this research is simple linear regression analysis. Based on the results of research and discussion, it can be concluded that: The equation obtained is $Y = 37.015 + 0.098X$. This shows that without promotion, there is already a value obtained from the interest of students in choosing economic education courses at the FKIP Unidayan amounting to 37.015. While the value of $b = 0.098$, meaning that every 1 unit increase in the value of the promotion variable will be followed by an increase in the student interest variable in choosing the Economic Education Study Program, FKIP Unidayan at 0.098. Because the $t_{count} (0.782) < t_{table}$ value, this shows that promotion has not had a positive effect on student interest. The correlation between promotion and student interest in choosing the FKIP Economic Education Study Program is 0.177. This number is between the value of 0.00-0.29, which means that the correlation between the two variables is in the very weak category. The coefficient of determinant = 0.031 this means that the variation in promotion can be explained by variations in the interest of students entering the economic education Study Program as much as 3.1% and the remaining 96.9% is determined by other factors not examined in this study.

Intisari

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa memilih program studi pendidikan ekonomi FKIP universitas Dayanu Ikhsanuddin. Jenis penelitian yang digunakan adalah survey dengan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas promosi (X) dan variabel terikat minat mahasiswa (Y). Penelitian ini akan dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Dayanu Ikhsanuddin Baubau. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: Persamaan yang diperoleh $Y = 37,015 + 0,098X$. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya promosi, sudah ada nilai yang diperoleh dari minat mahasiswa memilih program studi pendidikan ekonomi FKIP Unidayan sebesar 37,015. Sedangkan nilai $b = 0,098$, artinya setiap kenaikan 1 satuan nilai variabel promosi akan diikuti oleh kenaikan variabel minat mahasiswa memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unidayan sebesar 0,098. Karena nilai $t_{hitung} (0,782) < \text{nilai } t_{tabel}$ maka hal ini menunjukkan Promosi belum berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa. Korelasi antara promosi dengan minat mahasiswa memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP sebesar 0,177. Jumlah ini berada di antara nilai 0,00-0,29 yang berarti korelasi antara kedua variabel termasuk dalam kategori sangat lemah. Koefisien determinan = 0,031 Hal ini berarti variasi promosi dapat dijelaskan oleh variasi minat mahasiswa masuk di Program Studi Pendidikan Ekonomi sebesar 3,1% dan sisanya 96,9% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Cara Mengutip:

Sardiana, & Fitriani. 2020. Pengaruh Promosi terhadap Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Dayanu Ikhsanuddin. *Jurnal Akademika Pendidikan Ekonomi*. Volume 7 Nomor 1. Halaman 38 -43

I. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan faktor pendorong peningkatan taraf kehidupan, serta kualitas hidup di masyarakat. Dengan pendidikan seseorang memperoleh faktor tumbuh kembangnya intelektual, minat, dan bakat. Hal tersebut menjadi sumber daya untuk menghadapi kompetisi didalam lingkungan kerja. Sebagaimana yang tercantum pada "Undang-Undang Dasar 1945 pasal 31 ayat 1 yang berbunyi: tiap-tiap warga negara berhak mendapat pengajaran. Ayat 2 yang berbunyi: setiap warga negara wajib mengikuti pendidikan dasar dan pemerintah wajib membiayainya. Ayat 3 yang berbunyi: pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional, yang meningkatkan keimanan dan ketakwaan serta akhlak mulia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa yang diatur dengan undang-undang. Ayat 4 yang berbunyi: negara memprioritaskan anggaran pendidikan sekurang-kurangnya 20% dari anggaran pendapatan belanja negara (APBN) dan anggaran pendapatan belanja daerah (APBD). Ayat 5 yang berbunyi: pemerintah memajukan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai-nilai agama dan persatuan bangsa untuk kemajuan peradaban serta kesejahteraan umat manusia". Berdasarkan UUD tersebut dijelaskan bahwa setiap warga negara Indonesia berhak memperoleh pendidikan yang layak, baik dari kalangan ekonomi bawah maupun kalangan ekonomi atas.

Perguruan tinggi merupakan jenjang pendidikan sesudah pendidikan menengah yang terdiri dari program doktor, program magister, program sarjana, program diploma dan program profesi yang diselenggarakan ditingkat pendidikan tinggi. Perguruan tinggi menjadi salah satu sarana dalam penyelenggaraan dan pengembangan pendidikan yang dapat meningkatkan mutu kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara. Perguruan tinggi yang ada di Indonesia dapat berbentuk universitas, sekolah tinggi, politeknik, akademik dan institut. Pada setiap perguruan tinggi tersebut biasanya memiliki sejumlah jurusan atau program studi yang ditawarkan. Setiap calon mahasiswa yang akan memasuki suatu perguruan tinggi, akan dihadapkan kepada pemilihan program studi atau jurusan yang akan dimasukinya. Pemilihan program studi bagi mahasiswa merupakan saat-saat yang menentukan masa depan dalam setiap fase kehidupan.

Dalam perguruan tinggi tidak bisa terlepas dari kegiatan promosi. Promosi ini dilakukan untuk memasarkan lembaga pendidikannya agar dapat dikenal oleh publik. Biasanya promosi dilakukan dengan merangsang dan menyebarkan informasi tentang kehadiran, ketersediaan, ciri-ciri, kondisi produk/jasa, dan manfaat atau kegunaan dari produk/jasa yang dihasilkan. Misalnya perguruan tinggi produk yang dihasilkan bukan berupa

barang melainkan lulusan yang dapat terserap oleh tenaga kerja.

"promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Gitusudarno, 2000:237)". Perasaan senang pada suatu objek akan menimbulkan minat, maka dia akan memberikan respon atau keinginan pada suatu hal. "minat seseorang pada suatu objek akan kelihatan apabila objek sasaran berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan (Sardiman AM, 1988:76)". Kecintaan terhadap suatu objek mampu menumbuhkan minat, maka seseorang akan merespon atau memiliki kemauan pada suatu hal. Pemilihan program studi tergantung dari minat yang dimiliki seseorang. Karena minat merupakan dasar diri dalam tercapainya hasil pembelajaran yang diharapkan yang kemudian dapat terealisasikan untuk memilih program studi.

Adanya minat mahasiswa dalam memilih program studi pendidikan ekonomi FKIP Unidayan salah satunya dari promosi berbasis Universitas. Promosi disini yaitu promosi dalam bentuk pameran, promosi dimedia elektronik dan sosialisasi keliling. Adapun kegiatan dalam pameran lomba tarik tambang, lomba citra baca puisi, dan lomba senam tobelo kreasi. Dalam kegiatan pameran bertujuan untuk mengenalkan ciri khas dari setiap program studi yang ada di Unidayan pada masyarakat diantaranya siswa(i) SMA yang ada disekitar Unidayan. Namun pada kenyataannya yang mengikuti kegiatan dalam pameran itu untuk tingkat SMA hanya ada 2 sekolah selebihnya mahasiswa unidayan. Promosi media elektronik disini bisa dilihat dari postingan-postingan di akun facebook maupun instagram dan media lainnya. Demikian untuk promosi sosialisasi keliling masih ada sekolah-sekolah yang belum dimasuki untuk melakukan kegiatan promosi.

Hasil dari promosi tersebut diatas seperti halnya di Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unidayan berdasarkan hasil pra peneliti bahwa yang menjadi masalah adalah angkatan 2015 berjumlah 87 orang, angkatan 2016 berjumlah 72 orang, angkatan 2017 berjumlah 48 orang, angkatan 2018 berjumlah 58 orang, dan angkatan 2019 berjumlah 21 orang berdasarkan data kelas. Hal ini berdampak pada menurunnya jumlah mahasiswa yang cukup signifikan, sehingga menarik peneliti untuk mengetahui "Pengaruh Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Dayanu Ikhsanuddin"

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah survey dengan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas promosi dan variabel

terikat minat mahasiswa. Adapun promosi yang dimaksud penulis adalah promosi program studi yang dilakukan oleh pihak Universitas dengan tujuan untuk menarik banyak peminat program studi yang tersedia di Universitas Dayanu Ikhsanuddin. Sedangkan minat mahasiswa merupakan suatu kondisi dimana dorongan yang timbul karena adanya perasaan senang terhadap jurusan yang dipilih.

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 yang berjumlah 21 orang. sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh yaitu keseluruhan dari jumlah populasi dapat diambil sebagai sampel yaitu sebanyak 21 orang. Untuk mendapatkan data informasi dan keterangan yang diperlukan, kemudian peneliti menggunakan Kuesioner yang diberikan kepada respondent.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Teknik Analisis regresi linear sederhana dengan persamaan:

$$Y = a + bx.$$

Y = Minat Mahasiswa

X = Promosi

a = konstanta

b = koefisien regresi

Rumus untuk mencari nilai a dan b:

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

2. Teknik Analisis Korelasi Linear Sederhana (korelasi Product Moment) dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien Korelasi Product Moment

n = jumlah sampel

$\sum X$ = Jumlah pengamatan nilai X

$\sum Y$ = Jumlah pengamatan nilai Y

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Program Studi Pendidikan Ekonomi

Program studi pendidikan ekonomi merupakan salah satu program studi yang ada di lingkungan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Unidayan Baubau. Program studi pendidikan ekonomi berdiri pada tahun 1986 dengan SK Mendikbud No 0533/o/1986 dengan nama pendidikan dunia usaha. Pada tahun 1990 menggantikan nama

pendidikan ekonomi koperasi dengan SK Mendikbud No 056/o/1990 sejak tahun 1995 pendidikan ekonomi koperasi mengubah nama menjadi pendidikan ekonomi berdasarkan SK Mendikbud No 0217/o/1995.

Pada tahun 2006 Program Studi Pendidikan Ekonomi dinyatakan terakreditasi C sesuai dengan SK BAN PT Depdiknas RI No 009/BAN-PT/AK-XII-S1-VIII/2009 tentang status, peringkat dan hasil akreditasi program sarjana di perguruan tinggi program studi pendidikan ekonomi dinyatakan terakreditasi C sampai sekarang. Tahun 2012 mendapatkan izin perpanjangan dari Dikti dengan SK No 10088D/T/K-IX.2012 tanggal 10 Januari 2012 sampai dengan 24 Mei 2016. Pada tanggal 29 November 2017 Pendidikan Ekonomi berhasil meraih akreditasi B dengan No SK Prodi 4226/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2017. Dimana status akreditasi tersebut berlaku hingga tahun 2022 mendatang.

2. Daftar Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi

Daftar dosen program studi pendidikan ekonomi sebagai berikut:

Tabel 1

Daftar dosen program studi Pendidikan Ekonomi

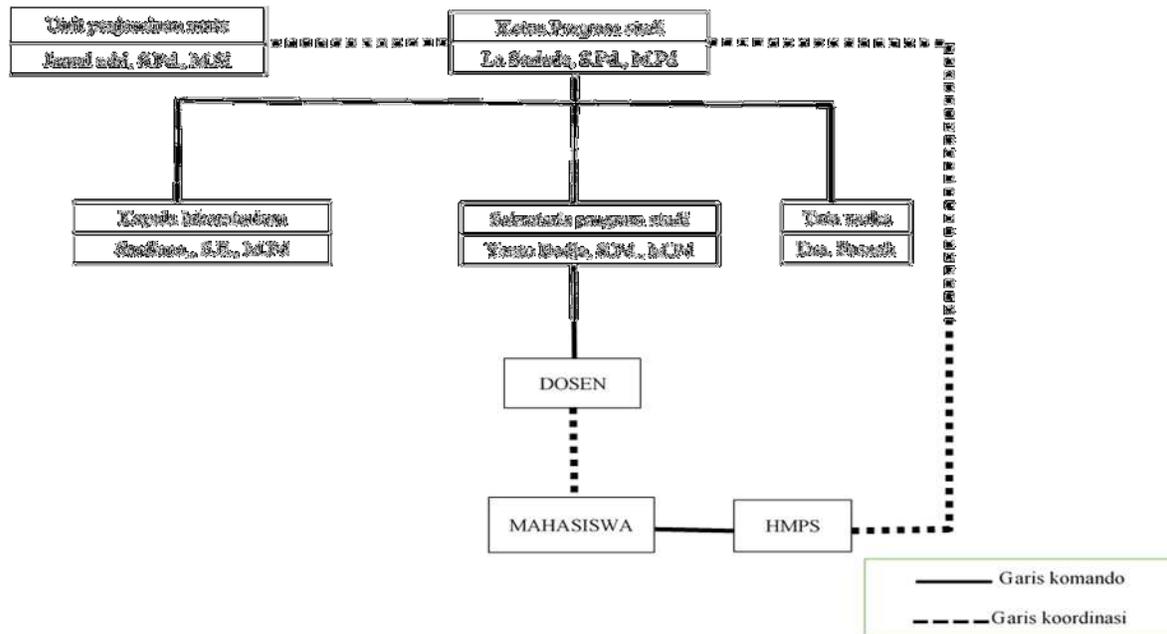
No.	Nama	Status
1	La Ode Asman, S.E., M.Si	Aktif
2	Harubali, S.E., M.Si	Aktif
3	Sardiana, S.E., M.Si	Aktif
4	Azan Sihidi, S.Pd., M.Pd	Cuti
5	La Sariade, S.Pd., M.Pd	Aktif
6	Murniati, S.Pd., M.Pd	Aktif
7	Yanto Badje, S.Pd., M.Pd	Aktif
8	La Ode Ramlan, S.E., M.Si.	Aktif
9	Wa Ode Eli, S.Pd., M.Pd	Aktif
10	Muh. Hakim Pribadi, S.Pd., M.Si.	Aktif
11	Hamsinah Tahir, S.E., M.Si	Aktif
12	Jamal Adri, S.Pd., M.Si	Aktif

Sumber: Data Sekunder

3. Struktur Organisasi Program Studi Pendidikan Ekonomi

Struktur Organisasi Program Studi Pendidikan Ekonomi Periode 2019-2024 dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1
Struktur Organisasi Program Studi Pendidikan
Ekonomi



Sumber: Data Sekunder

4. Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil survei diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 2
Data Hasil Survei

No.	Promosi (X)	Minat Mahasiswa (Y)
1	76	42
2	84	40
3	84	46
4	73	40
5	83	45
6	86	44
7	68	40
8	81	48
9	82	49
10	71	49
11	77	48
12	76	48
13	87	48
14	68	47
15	86	48
16	82	44
17	78	40
18	78	42
19	76	40
20	70	46
21	72	44
Σ	1634	938

Sumber : Data Primer Diolah

Setelah dilakukan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 3
Analisis Regresi Linear Sederhana dengan Menggunakan SPSS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37,015	9,816		3,771	,001
	Promosi	,098	,125	,177	,782	,444

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

Sumber: Output SPSS

Dari dari tabel di atas diperoleh persamaan $Y=37,015+0,098X$. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya promosi, sudah ada nilai yang diperoleh dari minat mahasiswa memilih program studi pendidikan ekonomi FKIP Unidayan sebesar 37,015. Sedangkan nilai $b= 0,098$, artinya setiap kenaikan 1 satuan nilai variabel promosi akan diikuti oleh kenaikan variabel minat mahasiswa memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unidayan sebesar 0,098. Karena nilai $t_{hitung} (0,782) < \text{nilai } t_{tabel}$ maka hal ini menunjukkan Promosi belum berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa.

Tabel 4
Analisis Korelasi Linear Sederhana dengan Menggunakan SPSS

Correlations			
		Promosi	Minat Mahasiswa
Promosi	Pearson Correlation	1	,177
	Sig. (2-tailed)		,444
	N	21	21
Minat Mahasiswa	Pearson Correlation	,177	1
	Sig. (2-tailed)	,444	
	N	21	21

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi antara promosi dengan minat mahasiswa memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unidayan menggunakan program SPSS sebagaimana terlihat pada tabel 4, diperoleh angka korelasi (r_{hitung}) sebesar 0,177. Jumlah ini berada di antara nilai 0,00-0,29 yang berarti korelasi antara kedua variabel termasuk dalam kategori sangat lemah.

Koefisien determinan ($R\ Square$) = $r^2 = 0.177^2 = 0,031$ Hal ini berarti variasi promosi dapat dijelaskan oleh variasi minat mahasiswa masuk di Program Studi Pend. Ekonomi sebesar 3,1% dan sisanya 96,9% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Kegiatan promosi telah dilaksanakan setiap tahun oleh Program studi dengan tujuan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk masuk menjadi mahasiswa di Program Studi Pend. Ekonomi FKIP Unidayan. Namun dari hasil analisis data di temukan bahwa Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan minat mahasiswa.

Secara teoritis seharusnya promosi dapat mendorong minat masyarakat untuk masuk kuliah di Program Studi Pendidikan Ekonomi tetapi kenyataan tidak seperti itu. Hal ini dibuktikan dengan penurunan jumlah mahasiswa yang masuk di Program Studi Pendidikan Ekonomi.

Gambar 2

Jumlah Mahasiswa Masuk dari Tahun 2014-2019



Sumber: Data Sekunder

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Jamal Adri (Ketua Unit Penjaminan Mutu Prodi. Pend. Ekonomi) bahwa promosi dari 5 tahun terakhir belum efektif dilaksanakan karena terbatasnya anggaran promosi yang diberikan kepada Program Studi. Hal tersebut mengakibatkan kegiatan promosi yang dilakukan saat ini hanya berbasis anggaran saja.

Kegiatan promosi biasanya merupakan komponen prioritas dari kegiatan pemasaran. Dengan adanya promosi maka masyarakat dapat mengetahui keunggulan program studi sehingga akan mendorong masyarakat untuk kuliah di Program Studi Pend. Ekonomi.

Kegiatan promosi identik dengan dana yang dimiliki oleh suatu lembaga. Semakin besar dana yang dikeluarkan oleh lembaga maka akan dihasilkan tingkat promosi yang sangat gencar untuk dilakukan. Dana yang terbatas bisa diatasi dengan cara yang cermat dan kreatif. Salah satu solusi yang dapat dilakukan dengan menganalisis segmen pasar yang dibidik. Dengan mempertimbangkan faktor strategi pemasaran, maka promosi dapat dilakukan lebih pintar dan efisien serta tepat sasaran.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Persamaan yang diperoleh $Y=37,015+0,098X$. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya promosi, sudah ada nilai yang diperoleh dari minat mahasiswa memilih program studi pendidikan ekonomi FKIP Unidayan sebesar 37,015. Sedangkan nilai $b= 0,098$, artinya setiap kenaikan 1 satuan nilai variabel promosi akan diikuti oleh kenaikan variabel minat mahasiswa memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unidayan sebesar 0,098. Karena nilai $t_{hitung} (0,782) < \text{nilai } t_{tabel}$ maka hal ini menunjukkan Promosi belum berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa.
2. Korelasi antara promosi dengan minat mahasiswa memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP sebesar 0,177. Jumlah ini berada di antara nilai 0,00-0,29 yang berarti korelasi antara kedua variabel termasuk dalam kategori sangat lemah.
3. Koefisien determinan = 0,031 Hal ini berarti variasi promosi dapat dijelaskan oleh variasi minat mahasiswa masuk di Program Studi Pend. Ekonomi sebesar 3,1% dan sisanya 96,9% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Universitas melakukan kegiatan promosi dengan media yang selama ini digunakan. Disamping itu juga perlu diperhatikan untuk melakukan promosi yang beragam tetapi dengan biaya yang tidak terlalu besar. Seperti halnya kegiatan dies natalis (Pameran) yang telah dilakukan sebelumnya, akan tetapi lebih efektif jika stand untuk tingkatan sekolah-sekolah SMA disekitar Universitas disediakan. Sehingga kegiatan pameran banyak dihadiri oleh tingkatan SMA yang dimana promosi setiap program studi langsung tersalurkan dalam kegiatan tersebut. Kemudian sosialisasi keliling perlu ditingkatkan lagi minimal sampai hampir seluruh sekolah-

- sekolah SMA yang jaraknya dekat dengan Universitas dimasuki untuk melakukan sosialisai.
2. Pihak fakultas diharapkan mampu mendorong kegiatan promosi guna untuk meningkatkan daya ketertarikan calon mahasiswa untuk dapat memilih berbagai jurusan yang ada di tiap-tiap fakultas.
 3. Program studi dapat meningkatkan kinerjanya dan mampu meningkatkan profesional dalam melakukan kegiatan promosi.

DAFTAR REFERENSI

- Agusty, ferdinand. 2006. *Metode penelitian manajemen. Pedoman penelitian untuk skripsi, tesis dan disertasi ilmu menejemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Azhar, iqbal nurul dkk. 2011. *Sosiolinguistik teori dan teori praktek*. surabaya: lima-lima jaya
- Amini, S., dan R. Susilowati. 2010. *Produksi biodiesel dari mikroalga botryococcus braunii.squalen*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Bold, Walker, Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga
- Agus salam rahmat. *Model pengembangan pendidikan nilai di perguruan tinggi*. Artikel tersedia pada <http://pengertianperguruantinggi>. (diakses 25/10/2019)
- Hurlock, Ekizabeth B. (2011). *Perkembangan anak jilid 2*. Jakarta:Erlangga
- Moh. Suardi, Tri Aripriabowo, Syarianisda. (2007). *Dasar-dasar pendidikan edisi 12 jilid 1 dan 2*. Erlangga
- Philip Kotler & Gary Amstrong. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1 dan 2*. Erlanggara
- Philip Kotler & Keller. 2017. *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2*. Erlangga
- Riduwan. 2004. *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta