

## **ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SOTO KERBAU PADA WARUNG SOTO BU DJATMI KHAS KABUPATEN KUDUS**

Oleh: **Setionang Budi,**

Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta

[setionangbudi@gmail.com](mailto:setionangbudi@gmail.com)

**Dewi Eka Murniati, M.M**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah. Jenis penelitian adalah deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan di Warung Soto Bu Djatmi di jalan KH. Wachid Hasyim No 43 Kudus. Subjek penelitian pengunjung yang membeli soto kerbau Bu Djatmi dengan menggunakan teknik *Accidental sampling*. Populasi penelitian yaitu jumlah pengunjung setiap hari kira-kira 100 orang. Jumlah subjek penelitian diambil sebanyak 10 orang. Validitas instrument menggunakan hasil analisis instrumen. Teknik analisis data deskriptif kualitatif. Hasil penelitian diketahui keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus dipengaruhi oleh *price/harga* relatif murah, *product* (soto kerbau) dengan citarasa/aroma khas, *place/tempat* warung soto Bu Djatmi terjangkau dari berbagai arah, dan *process/proses* dalam menangani order sudah sangat cepat. Sementara *promotion/promosi*, *people/karyawan* dan *physical evidence/lingkungan* fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian soto kerbau. Secara keseluruhan yang paling utama pengunjung mengambil keputusan membeli soto kerbau Bu Djatmi adalah produk / rasa dari soto kerbau yang gurih, kuah santannya pas tidak terlalu kental dan rasa daging kerbau tidak terlalu alot serta aroma daging kerbaunya tidak begitu menyengat sehingga bisa menyesuaikan dengan selera pengunjung. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disarankan hendaknya pihak warung Soto Bu Djatmi untuk tetap mempertahankan kualitas soto kerbau dengan menjaga rasa kuah soto tidak kental, tekstur daging kerbau tidak alot, dan aroma daging kerbau tidak menyengat.

Kata Kunci : Soto kerbau Bu Djatmi, Keputusan pembelian

### **BUYING DECISION ANALYSIS OF SOTO KERBAU AT WARUNG SOTO BU DJATMI KUDUS**

#### **Abstract**

*The aim of this study is to analyze buying decision of soto kerbau at warung soto Bu Djatmi special culinary from Kudus Central Java. The research was qualitative descriptive. The research was taken at warung soto Bu Djatmi at KH. Wachid Hasyim street 43, Kudus. Accidental sampling technique is used to select subjects of the research which were customers of soto kerbau Bu Djatmi. The population of this research was approximately a total of 100 customers a day. Total subject taken were 10 customers. The instrument validation used is instrument analysis result. This study used qualitative analysis. The result of the analysis of the buying decision of soto kerbau at warung soto Bu Djatmi special culinary from Kudus Central Java is influenced by the price, specific taste and aroma of the product, place/location of the warung that can be reached from any direction, and the quick handling order process. Meanwhile, promotion, employees, and physical evidence do not influence the buying decision of soto kerbau. To conclude, the most important decision for the costumer of warung soto Bu Djatmi in buying the product is the quality of the product. The product of soto kerbau in warung soto Bu Djatmi is deliciously tasted, perfectly matched between the gravy and the smooth of buffalo meat, so that it suits to customers appetite. Based on the result above, the researcher recommends that it would be better for the management of warung soto Bu Djatmi to keep the quality of soto kerbau by maintaining the gravy taste, the texture and aroma of the buffalo meat.*

Keywords : Soto kerbau Bu Djatmi, Buying decision

## PENDAHULUAN

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan (Basu swasta, 2003). Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual (Hahn, 2002).

Penelitian yang dilakukan oleh Aviv Shoham dan Vassilis Dalakas dalam Jurnal of Consumer Marketing, mengemukakan 7 faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu (Shoham dan Dalakas 2005). Faktor tersebut yaitu, *product/produk*, *price/harga*, *place/tempat*, *promotion/promosi*, *people/karyawan*, *process/proses*, dan *physical evidence/lingkungan fisik*.

Kabupaten Kudus merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Selama ini Kabupaten Kudus dikenal sebagai salah satu kota tujuan wisata religinya. Namun selain sebagai tujuan wisata religi juga telah menjadi salah satu tujuan wisata kuliner yang ada di Jawa Tengah.

Keanekaragaman budaya menyebabkan kombinasi jenis makanan tradisional khas Kudus memiliki ciri makanan yang gurih dan manis. Beberapa kuliner khas Kudus yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai wisata kuliner antarlain adalah Soto Kudus, Soto Kerbau, Lentog Tanjung, Garang Asem, Sate Kerbau, Pecel Pakis Colo, Tahu Kecap, Pindang Kerbau, Opor Panggang sunggingan, Wedang Alang-alang, Wedang Pejuh, Kopi Jetak, Dawet Kliwon, Jenang Kudus, Kacang Bawang dan Pisang Byar.

Adapun makanan-makanan khas Kudus yang sangat digemari untuk makan pagi ataupun makan siang adalah Lentog tanjung, Soto ayam dan Soto kerbau. Soto kerbau merupakan salah satu makanan khas dari Kabupaten Kudus, sangat mudah sekali menemukan warung makan yang menjual soto kerbau di Kabupaten Kudus.

Beberapa warung soto kerbau yang paling terkenal di Kabupaten Kudus antara lain adalah Soto Bu Djatmi, Soto Pak Ramidjan, Soto Kudus Pak H Sulichan, Soto Pak Denuh, Soto Pak Di dan Soto Karso-Karsi. Beberapa warung soto kerbau yang berada di Kabupaten Kudus, warung Soto Bu Djatmi yang lebih terkenal, hal ini terlihat dari selalu ramai pengunjung yang membeli soto kerbau setiap harinya. Warung Soto Bu Djatmi berada di Jl. KH. Wahid Hasyim 43 Kudus. Warung ini juga merupakan salah satu warung yang dijadikan tujuan bagi mereka yang berasal dari luar kota maupun warga dari kota Kudus itu sendiri.

Warung soto Bu Djatmi sudah berdiri cukup lama, meskipun warungnya sederhana dan tidak begitu besar, sekitar 25 m<sup>2</sup> serta letaknya tidak berada di jalur utama, namun warung ini selalu ramai dipadati pengunjung. Apalagi pada saat jam makan siang, liburan atau weekend warung soto Bu Djatmi selalu ramai pengunjung. Perlu diketahui, didaerah Kudus ada sebuah larangan untuk menyembelih sapi (sumber:[https://id.wikipedia.org/wiki/Soto\\_kerbau](https://id.wikipedia.org/wiki/Soto_kerbau)), oleh karena itu di Kudus jarang sekali yang menjual soto sapi, namun soto ayam dan soto kerbau bisa dijumpai dengan mudah, sehingga tidak perlu heran, jika di warung Soto Bu Djatmi hanya menyediakan soto ayam dan soto kerbau. Kedua soto ini menjadi kegemaran para

pelanggannya, baik yang berasal dari kudu maupun dari luar kota.

Soto kerbau Bu Djatmi terkenal tidak hanya bagi warga Kabupaten Kudus, bahkan berdasarkan observasi dengan pemilik warung makan tersebut ada beberapa artis ibukota saat berkunjung ke Kabupaten Kudus banyak yang singgah ke warung Soto Bu Djatmi untuk mencicipi kelezatannya. Begitu populer dan larisnya sehingga warung Soto Bu Djatmi membuka cabang lagi sehingga ada dua warung makan yang ada di Kudus.

Menurut pemilik warung makan soto Bu Djatmi, setiap hari warungnya bisa menjual hingga 100 mangkuk soto kerbau. Berdasarkan fenomena inilah dipandang perlu untuk mengadakan penelitian untuk mendapat pengetahuan yang jelas mengenai analisis keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga penelitian lebih menekankan pada makna dan proses daripada hasil suatu aktivitas. Secara umum penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami (*understanding*) dunia makna yang disimbolkan dalam perilaku masyarakat menurut perspektif masyarakat itu sendiri (Imam Suprayogo&Tabrani, 2001:1).

### **Prosedur Penelitian**

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam

pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Proses pengambilan keputusan konsumen tidak dapat terjadi dengan sendirinya, banyak faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini dibatasi atau hanya difokuskan pada 7 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), karyawan (*people*), proses (*process*), lingkungan fisik (*physical evidence*).

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari sampai Agustus 2016. Penelitian dilakukan di warung makan soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus berada di Jl. KH. Wachid Hasyim No. 43 Kudus.

### **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pengunjung yang membeli soto kerbau Bu Djatmi. Teknik pengambilan informasi yang digunakan adalah *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2006).

Populasi penelitian yaitu jumlah pengunjung setiap hari kira-kira 100 orang. Menurut Parse (1996) penelitian kualitatif memerlukan 6-10 informan. Jumlah subjek penelitian diambil sebanyak 10 orang sesuai dengan kecukupan informasi yang diperoleh.

## **Teknik dan Instrumen Penelitian**

### **Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu jenis data yang tidak dapat dinyatakan dalam bentuk angka seperti penjelasan dari stakeholder, pengunjung, pramusaji terhadap keputusan pembelian soto kerbau di warung makan soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus.

### **Sumber Data**

Jenis sumber data menurut Sutopo (2006:53) secara menyeluruh meliputi manusia (responden), peristiwa atau aktivitas, tempat atau lokasi, benda termasuk beragam gambar dan rekaman, serta dokumen maupun arsip. Jenis sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **Wawancara**

Dalam penelitian yang bersifat kualitatif metode wawancara sangat tepat dilakukan. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan responden yang berhubungan dengan penelitian yang dilaksanakan (Sutopo, 2006:68).

#### **Dokumentasi**

Metode pengumpulan data ini merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari dokumen, arsip-arsip, laporan, peraturan dan literature lainnya yang relevan dengan permasalahan penelitian.

#### **Observasi**

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek penelitian guna memperoleh gambaran

yang jelas, serta mencatat fenomena yang terjadi di lokasi penelitian.

### **Teknik Validitas Data**

Data yang telah dikumpulkan akan divalidasi dengan triangulasi atau disebut dengan triangulasi sumber yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain (Moleong, 2009: 330). Hal ini juga dilakukan untuk menguji kebenaran, kekokohan, kecocokan dan validitas dari makna-makna yang muncul di lokasi penelitian (Miles dan Huberman, 1992:16-19). Validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil analisis instrumen.

### **Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis yang bersifat kualitatif meliputi catatan wawancara, catatan observasi, data resmi berupa dokumen atau arsip, memorandum dalam proses pengumpulan data dan juga semua pandangan diperoleh dari manapun serta dicatat.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Dalam pembahasan ini akan dijelaskan bagaimana harga, produk, tempat, promosi, karyawan, proses dan lingkungan fisik mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli soto kerbau Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus.

#### *Product* (produk)

Standar penyajian soto Bu Djatmi sudah sesuai dengan standar penyajian soto pada umumnya. Peralatan saji seperti mangkuk dan sendok juga masih baik dan layak pakai. Mengenai logo produk soto Bu Djatmi, hampir beberapa

pengunjung tidak mengetahuinya. Terpenting dari Produk adalah tentang rasa atau aroma, merupakan suatu nilai yang terkandung dalam produk yang langsung dapat dinikmati oleh konsumen. Rasa atau aroma yang dimiliki soto kerbau Bu Djatmi sangat khas. Kekhasan yang dimiliki adalah perpaduan rasa antara masakan tradisional Jawa dengan rasa yang gurih dengan perpaduan oriental (penyajian). Rasa daging kerbau tidak terlalu alot dan juga bau kerbaunya tidak begitu menyengat.

#### *Price (Harga)*

Warung soto Bu Djatmi memang tidak terdapat penetapan harga yang biasanya ditempel di dinding seperti di warung makan lainnya. Selain tidak adanya penetapan harga, warung Soto Bu Djatmi juga tidak pernah memberikan potongan harga pada konsumen. Soto kerbau juga selalu tersedia, yaitu mulai dari pukul 09.00 WIB sampai pukul 21.00 WIB. Hasil pemantauan harga soto kerbau di warung makan soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus yaitu Rp 13.000,00 per mangkuknya. Harga tersebut diluar harga pelengkap seperti tahu goreng, tempe goreng, sate paru, kerupuk dan minuman.

#### *Place (Tempat)*

Lokasi warung soto Bu Djatmi memang tidak begitu strategis, tidak berada di tengah-tengah keramaian kabupaten Kudus. Posisi yang kurang strategis ini, namun tetap mudah terjangkau dari berbagai arah.

#### *Promotion (Promosi)*

Dalam hal promosi warung soto Bu Djatmi memang dirasa kurang, pasalnya selama ini Bu Djatmi tidak pernah melakukan promosi secara langsung baik melalui media cetak, elektronik

maupun melalui internet yang saat ini semakin mudah dan canggih. Bu Djatmi menuturkan bahwa selama ini para pengunjung mengetahui soto Bu Djatmi melalui keluarga, saudara atau bahkan teman mereka.

#### *People (Karyawan)*

People yang dimaksud disini adalah pelayanan yang diberikan oleh karyawan warung soto Bu Djatmi kepada pengunjung. Tetapi pelayanan yang diberikan pada warung makan soto Bu Djatmi, secara umum hampir sama dengan pelayanan warung soto pada umumnya. Tidak ada spesial atau yang membedakan dengan standar pelayanan dengan warung soto lainnya.

#### *Process (Proses)*

Dalam menangani order sudah sangat cepat kurang dari sepuluh menit. Hal ini terjadi karena persiapan di dapur sudah sangat baik, dan koordinasi antar pegawai juga sudah sangat bagus. Pegawai yang ada di warung soto Bu Djatmi sudah sangat profesional dan manajemen sudah sangat baik.

#### *Physical Evidence (Lingkungan Fisik)*

Lingkungan fisik disini yaitu meliputi fasilitas-fasilitas pendukung seperti meja dan kursi yang digunakan, area parkir, toilet dan tempat cuci tangan/*wastafel*. Fasilitas seperti toilet dan tempat cuci tangan/*wastafel* sudah dirasa cukup bagus. Toiletnya sudah bersih, namun untuk *wastafel*nya masih perlu diperbaiki agar lebih baik lagi.

#### **Pembahasan**

Seni kuliner Kabupaten Kudus yang merupakan salah satu daya tarik wisata Kudus diharapkan mampu bersaing dengan makanan-makanan asing yang ada. Makanan khas Kudus indapat dipromosikan sebagai hidangan Kudus yang

nantinya dapat dinikmati bukan hanya warga lokal tetapi juga pengunjung dari luar Kudus. Oleh karena itu Kabupaten Kudus diharapkan dapat mengembangkan wisata boga, dimana makanan khas Kudus digunakan sebagai objek dan aset pariwisata yang mampu menggugah minat wisatawan untuk mencoba masakan tradisional Kudus.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi daya tarik pengunjung untuk menikmati makanan khas Kabupaten Kudus, seperti latar belakang, kebiasaan makan dan minum, cara menghidangkan yang berbeda. Dua faktor pokok wisatawan tertarik pada makanan khas Kabupaten Kudus adalah faktor kualitas makanan yang dipengaruhi oleh variabel-variabel kandungan gizi dan zat pada makanan, komposisi bahan makanan, cara pengolahan makanan, cita rasa dan aroma pada makanan dan kekentalan makanan, dan sub faktor yang kedua yakni faktor penyajian yang dipengaruhi secara nyata oleh faktor produk dan harga makanan dengan variabel porsi makanan dan kelayakan harga makanan, tempat/lokasi, promosi, karyawan, proses, dan lingkungan fisik.

Cita rasa khas soto kerbau yang ditawarkan, harga makanan dan minuman relatif murah merupakan salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan pengunjung ketika memutuskan untuk mengkonsumsi makanan di warung soto Bu Djatmi. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ristiawan Nurhasan (2009) melakukan penelitian terhadap pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Bandeng Duri lunak Juwana, Semarang dengan menggunakan produk, harga dan promosi sebagai variabel atribut yang diteliti. Hasil penelitian didapat bahwa variabel produk dan harga berpengaruh

signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Selain itu lokasi yang mudah dijangkau dan proses dalam menangani pembeli yang cepat juga menjadi pertimbangan pengunjung memutuskan membeli soto kerbau Bu Djatmi. Salah seorang pengunjung mengungkapkan bahwa meskipun warungnya tidak berada dijalur utama, namun mudah diakses dari berbagai tempat.

Sementara itu faktor lainnya seperti promosi, karyawan, dan lingkungan fisik tidak memberikan pengaruh terhadap pengunjung dalam membeli soto kerbau Bu Djatmi. Hal ini dikarenakan beberapa alasan karena promosi yang minim dilakukan oleh pihak warung soto Bu Djatmi, kemudian karyawan yang biasa saja layaknya seperti karyawan pada warung soto ditempat lain, dan lingkungan fisik yang sederhana tidak mencegah konsumen untuk datang ke warung soto Bu Djatmi.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh 7 faktor. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi adalah *price*/harga yang relatif murah, *product*/soto kerbau Bu Djatmi memiliki citarasa dan aroma yang khas. *Place*/tempat warung soto Bu Djatmi mudah terjangkau dari berbagai arah dan *process*/proses dalam menangani order sudah sangat cepat kurang dari sepuluh menit. Sementara itu, *promotion*/promosi, *people*/karyawan dan *physical evidence*/lingkungan fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi. *Promotion*/promosi yang dilakukan masih kurang, selain itu *people*/karyawan, secara umum hampir sama dengan pelayanan

warung soto lainnya. *Physical evidence*/lingkungan fisik juga tidak mempengaruhi keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi walaupun kecilnya tempat parkir menjadikan warung soto Bu Djatmi ini banyak dikeluhkan oleh pengunjung karena parkirnya yang susah.

Fasilitas lainnya seperti toilet dan tempat cuci tangan/wastafel sudah dirasa cukup bagus. Toiletnya sudah bersih, namun untuk wastafelnya sepertinya masih perlu diperbaiki agar lebih baik lagi. Secara keseluruhan yang paling utama pengunjung mengambil keputusan mengkonsumsi soto kerbau Bu Djatmi adalah mengenai produk / rasa dari soto kerbau yang gurih, kuah santannya yang pas tidak terlalu kental dan rasa daging kerbau yang tidak terlalu alot serta aroma daging kerbaunya tidak begitu menyengat sehingga bisa menyesuaikan dengan selera pengunjung.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan hendaknya warung soto Bu Djatmi dapat mempertahankan kualitas soto kerbau dengan menjaga rasa kuah soto, tekstur daging kerbau agar tidak alot, dan aroma daging kerbau tidak menyengat. Selain itu, warung soto Bu Djatmi juga hendaknya memperbaiki fasilitas tempat cuci tangan/wastafel agar pengunjung lebih nyaman untuk menggunakan fasilitas tersebut sebagai salah satu upaya meningkatkan fasilitas yang ada.

### DAFTAR PUSTAKA

Basu swasta. (2003). *Manajemen Penjualan, Cetakan kedua-belas*. Yogyakarta: Liberty

- Analisis Keputusan Pembelian... (Setionang Budi)* 7
- Hahn Fred E dan Kenneth G. Mangun. (2002). *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*. Jakarta: PT. Grasindo
- Imam Suprayogo dan Tabrani. (2001). *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhasan, Ristiawan. (2009). *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Duri Lunak Juwana, Semarang. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro*. 2010. <http://karyailmiah.Undip.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/5654>. Download 10 Februari 2016.
- Parse. (1996). *Subjek Penelitian Kualitatif*. Penerjemah Tim UI. Jakarta: UI Press.
- Pradana Jaka Purnama. (2011). *Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Murah di Sukoharjo)*. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. 2012. <http://karyailmiah.Undip.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/5654>. Download 12 Februari 2016
- Putri, Ida Ayu Trisna Eka, Agung Sri Sulistyawati, Fanny Maharani Suarka, dan Yuyun Indrawati. (2010). *Eksistensi Dan Esensi Makanan Tradisional Bali Sebagai Penunjang Culinary Tourism Di Kabupaten Badung*. Analisis Vol. 10 No. 1 Th. 2010, Hal. 97.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sutopo, H.B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar teori dan perapannya dalam penelitian*. Edisi-2. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.