

## **Perbedaan penjualan mobil secara *cash* dan secara *kredit* antara mobil merek Ford dan mobil merek Nissan pada *Car Dealership* di Bali**

**Kadek Jemmy Waciko**

Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali  
Kampus Bukit Jimbaran, Bali. Telp.+62 361 701981 ext 188  
E-mail: jemmypnb@yahoo.com; jemmywaciko@pnb.ac.id

**ABSTRACT.** *This study aimed to examine the effects of the independent variables in this case brand of car for the average difference between the dependent variable, cash sales and credit sales. The method used in this study is the Multivariate Analysis of Variance (MANOVA). The results achieved in this study is there is a difference in the Cash sales between car brands Ford and Nissan on Car Dealership in Bali which is seen from the figures significance is  $0.005 < 0.05$ , but no difference in credit sales between car brands Ford and Nissan on Car Dealership in Bali significance is seen from the figure  $0.175 > 0.05$ . Thus the independent variables significantly influence brand only to dependent variable on cash sales, while the variables are not credit sales.*

**KEYWORDS:** *Multivariate Analysis of Variance (MANOVA), car brands Ford and Nissan*

### **PENDAHULUAN**

Dewasa ini, cukup banyak jenis-jenis mobil dari berbagai merek mobil terkenal yang beredar di pasaran dunia. Terutama sejak Henry Ford (1903) memperkenalkan industri mobil massal yang memungkinkan produksi mobil lebih banyak dalam waktu satu hari dengan memperkenalkan sistem ban berjalan dalam proses produksinya sehingga memungkinkan harga mobil dipasar konsumen semakin terjangkau. Terlebih lagi banyak pabrikan yang memperkenalkan konsep mobil rakyat. Model-model yang diproduksi semakin beragam sesuai dengan tuntutan kebutuhan konsumen, fungsi dan kegunaan bahkan gaya hidup. Diawali dengan produksi mobil model T yang dilakukan Henry Ford sehingga menjadi mobil rakyat pada masanya khususnya di Amerika Serikat sampai mobil model mutakhir masa kini yang mengadopsi sistem pesawat terbang baik teknologi sampai sistem keamanannya.

Ford Motor Company (FoMoCo.) adalah sebuah produsen mobil asal Amerika Serikat yang didirikan oleh Henry Ford di Detroit, Michigan dan diresmikan pada 16 Juni 1903. Ford memperbaharui secara radikal metode produksi mobil skala besar dan manajemen tenaga kerja industri berskala besar. Ford mengembangkan lini perakitan pertama yang menggunakan bagian-bagian yang dapat tergantikan, yang membuatnya memungkinkan untuk membuat mobil dengan harga yang jauh lebih rendah dan dengan kepercayaan yang lebih besar dan pengulangan yang lebih besar juga. Kantor pusat dari Ford Motor Company terletak di Dearborn, Michigan. Pabrikan mobil terbesar di Amerika Serikat Ford telah menggempur pasar otomotif dunia, dengan menghadirkan varian-varian yang irit bahan bakar dan ramah

lingkungan. Ada 15 varian yang telah diluncurkan di Eropa tahun 2012 dan telah diluncurkan di Indonesia terutama di Bali. Seluruh varian itu dilengkapi mesin diesel TDCi, *ECONetic Technologies* yang rendah CO2 dan mesin bensin *EcoBoost*. Pada akhir 2012, Ford telah memiliki portofolio dari mobil paling hemat bahan bakar, yang menawarkan emisi CO2 di bawah 100 g/km. Koleksi Ford tersebut mencakup dua model diesel *Ford Focus* dan enam model Fiesta (tiga diesel, tiga bensin) Tak cuma itu, Ford telah meluncurkan *Focus Electric* sebagai kendaraan listrik pertama dari Ford dengan keunggulan nol emisi. Mesin bensin terbaru dari Ford yaitu *EcoBoost* sangat membantu untuk menciptakan mobil irit bahan bakar dengan emisi CO2 rendah, Tak hanya irit, mesin mobil juga punya performa luar biasa Sembilan dari total 15 varian hemat bahan bakar milik Ford menggunakan mesin bensin *EcoBoost* 1.0 liter. Mesin tersebut dinobatkan sebagai mesin terbaik 2012. Selain varian Focus yang punya tenaga 100ps dan 125ps, Ford juga memperkenalkan dua model baru dari *B-MAX* dan empat model dari varian *C-MAX* serta model *Grand C-MAX*. Berikut daftar lengkap mobil-mobil Ford teririt sepanjang 2012 sampai 2013 yaitu: *Focus 1.0-litre EcoBoost 100PS*; *Focus 1.0-litre EcoBoost 125PS*; *Focus 1.6-litre ECONetic Technology 88g*; *Focus ST 2.0-litre EcoBoost 250PS*; *B-MAX 1.0-litre EcoBoost 100PS*; *B-MAX 1.0-litre EcoBoost 120PS*; *B-MAX 1.6-litre TDCi*; *C-MAX 1.0-litre EcoBoost 125PS*; *Grand C-MAX 1.0-litre EcoBoost 100PS*; *Grand C-MAX 1.0-litre EcoBoost 125PS*; *Transit 2.2-litre TDCi 1-tonne*; *Transit Tourneo Custom 2.2-litre TDCi* dan *Ranger 2.2 TDCi 125PS RWD*.

Pada tahun 2013 perusahaan Ford memperkenalkan teknologi baru *Smarter Way to Get There*. Teknologi ini diklaim paling canggih dan mampu meningkatkan pengalaman berkendara. Dalam dunia di mana konsumen ingin selalu terkoneksi, baik di rumah, di tempat kerja maupun di dalam mobil mereka, Ford telah menyediakan teknologi konektivitas pengemudi di kendaraan yang memungkinkan pengemudi untuk tetap terkoneksi melalui perintah suara dengan tangan tetap pada kemudi dan mata tetap memperhatikan jalan. Teknologi-teknologi yang Ford sajikan pada kendaraan bukan hanya memberi pelanggan pengalaman berkendara yang terkoneksi, teknologi ini juga menjadikan pengalaman tersebut sederhana, aman dan unik.

Sementara itu *Nissan Motor Company Ltd (Nissan Jidōsha/Nissan)* adalah sebuah produsen otomotif multinasional asal Jepang. Merek ini merupakan divisi utama dari Grup Nissan. Nissan dulunya dipasarkan dengan merek Datsun sampai tahun 1983. Kantor utamanya terletak di wilayah Ginza dari Chūō-ku, Tokyo. Nissan telah memindahkan kantor utama mereka ke Yokohama, Kanagawa pada 2010, dimana konstruksi sudah dimulai pada 2007. Pada tahun 2011, mereka resmi memindahkan kantor pusat ke Nishi-ku, Yokohama.

Nissan adalah produsen mobil terbesar keenam di dunia, di belakang *Toyota*, *General Motors*, *Volkswagen AG*, *Hyundai Motor Group*, dan *Ford* pada tahun 2010. Pada tahun 1999, Nissan membentuk aliansi dengan Renault S.A. dari Perancis, dengan Renault memegang 43,4% saham Nissan sedangkan Nissan memegang 15% saham Renault pada tahun 2008. Bersama dengan jajaran produk biasanya, Nissan juga memasarkan merek mobil mewah yang dinamakan Infiniti. Salah satu mesin Nissan, *VQ*, telah berada pada jajaran 10 mesin terbaik versi *Ward's* untuk 14 tahun berturut-turut. Berikut ini disajikan model kendaraan Nissan yaitu 1) *Mobil Sedan, Station Wagon, dan Sport Coupe yang terdiri dari : Nissan March/Nissan Micra; Nissan Note; Nissan Cherry; Nissan Pulsar; Nissan Sentra; Nissan Sunny/Datsun 210/Datsun 120Y; Nissan Tiida/Nissan Latio/Nissan Versa; Nissan Wingroad; Nissan Violet/Nissan Stanza/Datsun 160J; Nissan Bluebird Sylphy; Nissan Bluebird/Datsun 510/Datsun 180B; Nissan Altima; Nissan Primera; Nissan Avenir; Nissan Silvia/Nissan Gazelle/Nissan 180SX, 200SX & 240SX; Nissan Laurel; Nissan Cefiro; Nissan Teana; Nissan Maxima; Nissan Leopard; Nissan Stagea; Nissan Skyline; Nissan Fairlady Z; Nissan Cedric/Nissan Gloria/Datsun 220C, 240C, 260C & 280C; Nissan Cima; Nissan Fuga dan Nissan GT-R.* 2) *Mobil mewah Infiniti yang terdiri dari : Infiniti G20; Infiniti G35/Infiniti G37; Infiniti Q50; Infiniti I30/Infiniti I35; Infiniti M30; Infiniti J30; Infiniti M35/Infiniti M45 dan Infiniti Q45.* 3) *Mobil SUV yang terdiri dari : Nissan Armada; Nissan Dualis/Nissan Qashqai; Nissan Juke; Nissan Kix; Nissan Murano; Nissan Patrol / Nissan Safari; Nissan Rogue; Nissan Terrano/Nissan Pathfinder; Nissan X-Terra; Nissan X-Trail; Nissan Frontier Navara.* 4) *Mobil MPV yang terdiri dari: Nissan Cube; Nissan Tino; Nissan Livina; Nissan Grand Livina; Nissan Lafesta; Nissan Serena; Nissan Bassara; Nissan Presage; Nissan Elgrand; dan Nissan Evalia .* 4) *Kendaraan Komersial yang terdiri dari: Nissan Pickup/Nissan Frontier/Nissan Navarra; Nissan NV200/Vanette/Evalia; Nissan Caravan/Nissan Urvan; Nissan Caball; Nissan Cabstar; Nissan Civilian dan Nissan Ateon.* Produsen mobil Jepang di tahun 2013 telah membuat mobil terbaru untuk melawan pesaingnya yaitu Ford Focus di pasar mobil global. Nissan mendesain *Note* 2013 sebagai mobil paling irit dan ramah lingkungan di kelasnya. Selain itu Nissan mengawinkannya dengan teknologi maju, platform ringan dan perbaikan aerodinamika. Di Jepang akan dijual dalam 2 pilihan mesin *HR12DDR (DIG-S) supercharger* dan *HR12DE*, berbagi dengan Nissan March. Mesin-mesin tersebut dilengkapi transmisi *XTRONIC CVT (Continuously Variable Transmission)* dan *Idling Stop System* untuk tipe *2WD*. Mesin *DIG-S* hanya diisi 1 liter bensin untuk melaju hingga 25,2 km.

Menurut Keown, *et al.* (2004), unsur-unsur pokok dalam proses perencanaan perusahaan dalam hal ini *Car Dealership* adalah meramalkan penjualan mobil baik secara cash maupun secara kredit. Perhitungan ini biasanya dihasilkan dengan informasi dari

berbagai sumber. Paling sedikit, perkiraan penjualan untuk tahun depan akan mencerminkan Kecenderungan penjualan masa lalu yang diharapkan akan terulang lagi pada tahun berikutnya dan Pengaruh setiap peristiwa apapun yang mungkin secara material mempengaruhi kecenderungan itu. Pola umum dari riset-riset terdahulu memperlihatkan bahwa konsistensi penempatan stimuli yang positif pada suatu merek dapat mengkreasikan sikap konsumen pada merek tersebut (Nadia. 2012). Sikap positif konsumen terhadap merek mobil akan menjadi asset berharga bagi *Car Dealership* karena sikap positif yang sangat mendalam membantu konsumen melupakan berbagai kesalahan yang mungkin saja dilakukan oleh merek secara tidak sengaja.

Penjualan mobil Ford dan mobil merek Nissan baik secara *cash* maupun secara *kredit* terutama di Bali, masih kalah jauh dibandingkan dengan pesaingnya yang teratas seperti mobil merek Toyota, Suzuki, Daihatsu dan Honda. Hal ini diakibatkan karena sikap positif masyarakat di Bali yang lebih memilih mobil dengan suku cadang yang mudah diperoleh dipasaran dan merek mobil dengan harga jual di pasaran yang lebih stabil. Berdasarkan paradigma diatas peneliti tertarik untuk membandingkan penjualan mobil secara *cash* dan secara *kredit* antara mobil merek Ford dan mobil merek Nissan pada *Car Dealership* di Bali. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk melihat efek satu variable bebas dalam hal ini merek mobil terhadap perbedaaan rata-rata antar variabel tergantung yaitu penjualan secara cash dan penjualan secara kredit.

#### ***METODE PENELITIAN***

Variabel penelitian terdiri dari Variabel bebas yaitu Merek Mobil (Non Metrik) dan Variabel Tergantung yaitu penjualan secara cash dan penjualan secara kredit (Metrik). Jenis data penelitian ini adalah data campuran yaitu data kualitatif (data merek mobil) dan data kuantitatif (data penjualan secara cash dan kredit). Berdasarkan sumbernya data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh secara langsung dari pihak *Car Dealership* di Bali, nama perusahaan *Car Dealership* yang diteliti tidak dituliskan di dalam penelitian ini karena pihak perusahaan tersebut tidak bersedia untuk dipublikasikan. Teknik pengambilan Sampel yang digunakan adalah *Purpose Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010). Jumlah sampel yang diambil dari *Car Dealership* di Bali secara *Purpose Sampling* berjumlah 40 unit mobil hasil penjualan baik secara cash maupun kredit selama kurun waktu 4 tahun terakhir yaitu dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 yang terdiri atas 20 unit merek mobil Ford dan 20 unit merek mobil Nissan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah *Multivariate Analysis of Variance* (MANOVA) Fungsi MANOVA adalah menguji apakah variable bebas kategoris dapat menerangkan jumlah variabilitas pada variabel tergantung secara signifikan (Hair *et al*, 2010). Dengan kata lain apakah merek mobil (merek mobil Ford dan Nissan) mempunyai efek pada fluktuasi /perubahan nilai pada penjualan mobil baik secara cash maupun kredit. Uji Asumsi MANOVA yaitu Uji Normalitas data dengan menggunakan perhitungan *Kolmogorov Smirnov test*, kriteria yang digunakan, jika nilai sig > 0,05 maka distribusi data normal atau sebaliknya. Uji asumsi MANOVA yang kedua adalah uji kesamaan matriks varians-covarians pada kedua variabel tergantung secara bersama-sama maupun secara sendiri-sendiri dengan perhitungan *Box's M Test of Equality of Covariances Matrices* dan *Levene's Test of Equality of Error Variances*. Kriteria yang digunakan, jika nilai sig > 0,05 maka matriks varians-covarians pada kedua variabel tergantung secara bersama-sama maupun secara sendiri-sendiri adalah sama atau sebaliknya (Sarwono, 2012). Pengujian Hipotesis penelitian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1). Hipotesis Penelitian

- a). H0 : Variabel Penjualan secara *cash* dan penjualan secara kredit tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan pada merek mobil Ford dan Nissan.
- b). H1 : Variabel Penjualan secara *cash* dan penjualan secara kredit menunjukkan Perbedaan yang signifikan pada merek mobil Ford dan Nissan

2). Kriteria Keputusan

- a). Jika Probabilitas/Signifikansi (sig) > 0,05, H0 diterima
- b). Jika Probabilitas/Signifikansi (sig) < 0,05, H0 ditolak

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Uji Asumsi MANOVA***

#### *Uji Normalitas Data dengan Uji Kolmogorov Smirnov*

Tabel 1. Uji Kolmogorov Smirnov

Data	Sig	Keterangan
Penjualan Mobil secara <i>Cash</i> (Mobil Merek Ford & Nissan)	0,674	Normal
Penjualan Mobil secara Kredit (Mobil Merek Ford & Nissan)	0,954	Normal

Berdasarkan Tabel 1. Distribusi data penjualan mobil secara Cash (Mobil Merek Ford & Nissan) adalah normal dengan diperoleh nilai sig =0,674 >0,05 dan distribusi data penjualan

mobil secara Kredit (Mobil Merek Ford & Nissan) adalah normal dengan diperoleh nilai sig = 0,954 > 0,05.

*Uji Kesamaan Matriks Varians-Kovarians secara bersama-sama*

Tabel 2. Box's Test of Equality of Covariance Matrices<sup>a</sup>

Box's M	7.121
F	2.238
df1	3
df2	259920.000
Sig.	.082

Berdasarkan Tabel 2. Angka signifikansi hasil hitungan menunjukkan bahwa nilai Sig. = 0,082 > 0,05 artinya variabel tergantung penjualan secara cash dan penjualan secara kredit mempunyai matriks varians-kovarians yang sama pada kelompok variabel bebas merek mobil Ford dan Nissan.

Dengan demikian persyaratan rumus ini sudah dipenuhi dan analisis dapat dilanjutkan ke bagian berikutnya.

*Uji Kesamaan Matriks Varians-Kovarians Secara Sendiri-sendiri*

Tabel 3. Levene's Test of Equality of Error Variances

	F	df1	df2	Sig.
Penjualan Secara Cash	4.404	1	38	.043
Penjualan Secara Kredit	6.162	1	38	.018

Berdasarkan Tabel 3. Angka signifikansi hasil perhitungan variabel tergantung penjualan secara *cash* sebesar  $0,043 < 0,05$  sedangkan variabel tergantung penjualan secara kredit sebesar  $0,018 < 0,05$  artinya variabel tergantung tertentu penjualan secara cash atau penjualan secara kredit mempunyai matriks varians-kovarians yang berbeda pada kelompok variabel bebas merek mobil Ford dan Nissan. Pengujian sendiri-sendiri menunjukkan tidak adanya kesamaan varians-kovarians. Sekalipun demikian pengujian bersama-sama menunjukkan adanya kesamaan varians-kovarians. Karena satu persyaratan dapat dipenuhi oleh data tersebut, proses perhitungan tetap dapat dilanjutkan namun jika kedua persyaratan tidak dapat dipenuhi maka proses perhitungan tidak dapat dilanjutkan.

*Analisis Manova Perbedaan Antarkelompok*Tabel 4. Multivariate Tests<sup>a</sup>

Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.	
Intercept	Pillai's Trace	.993	2485.611 <sup>b</sup>	2.000	37.000	.000
	Wilks' Lambda	.007	2485.611 <sup>b</sup>	2.000	37.000	.000
	Hotelling's Trace	134.357	2485.611 <sup>b</sup>	2.000	37.000	.000
	Roy's Largest Root	134.357	2485.611 <sup>b</sup>	2.000	37.000	.000
Mobil	Pillai's Trace	.223	5.319 <sup>b</sup>	2.000	37.000	.009
	Wilks' Lambda	.777	5.319 <sup>b</sup>	2.000	37.000	.009
	Hotelling's Trace	.288	5.319 <sup>b</sup>	2.000	37.000	.009
	Roy's Largest Root	.288	5.319 <sup>b</sup>	2.000	37.000	.009

Keterangan:

a. Design: Intercept + Mobil

b. Exact statistic

Berdasarkan Tabel 4. Pada baris dimana terdapat variabel bebas mobil, angka signifikansi hasil pengujian yang didasarkan pada Pillai's Trace, Wilks' Lambda, Hotelling's Trace dan Roy's Largest Root adalah 0,009. Nilai sig  $< 0,05$  sehingga H<sub>0</sub> di tolak, H<sub>1</sub> diterima. Dengan kata lain variabel penjualan secara *cash* dan penjualan secara kredit secara bersama-sama pada merek mobil menunjukkan perbedaan antara Mobil Ford dan Nissan pada *Car Dealership* di Bali.

*Analisis Manova Perbedaan secara sendiri-sendiri/Masing-masing variabel tergantung penjualan secara cash dan penjualan secara kredit.*

**Tabel 5. Tests of Between-Subjects Effects**

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Penjualan Secara Cash	336.400 <sup>a</sup>	1	336.400	8.935	.005
	Penjualan Secara Kredit	67.600 <sup>b</sup>	1	67.600	1.911	.175
Intercept	Penjualan Secara Cash	64480.900	1	64480.900	1712.640	.000
	Penjualan Secara Kredit	118374.400	1	118374.400	3346.895	.000
Mobil	Penjualan Secara Cash	336.400	1	336.400	8.935	.005
	Penjualan Secara Kredit	67.600	1	67.600	1.911	.175
Error	Penjualan Secara Cash	1430.700	38	37.650		
	Penjualan Secara Kredit	1344.000	38	35.368		
Total	Penjualan Secara Cash	66248.000	40			
	Penjualan Secara Kredit	119786.000	40			
Corrected Total	Penjualan Secara Cash	1767.100	39			
	Penjualan Secara Kredit	1411.600	39			

**Keterangan**

a. R Squared = .190 (Adjusted R Squared = .169)

b. R Squared = .048 (Adjusted R Squared = .023)

Berdasarkan tabel 5. Untuk Variabel Penjualan Cash diperoleh angka signifikansi pada baris variabel mobil adalah  $0,005 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel penjualan secara cash menunjukkan perbedaan yang signifikan pada merek mobil Ford dan Nissan dengan kata lain terdapat perbedaan penjualan secara cash antar merek mobil Ford dan Nissan pada *Car Dealership* di Bali. Sementara untuk variabel penjualan secara kredit diperoleh angka signifikansi sebesar  $0,175 > 0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya variabel penjualan secara kredit tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan pada merek mobil Ford dan Nissan dengan kata lain tidak terdapat perbedaan penjualan secara kredit antar merek mobil Ford dan Nissan pada *Car Dealership* di Bali.

**SIMPULAN DAN SARAN**

Setelah dilakukan analisis secara bertahap seperti yang telah dijabarkan diatas kesimpulan riset eksperimen ini adalah terdapat perbedaan dalam penjualan secara Cash antara merek mobil Ford dan Nissan pada *Car Dealership* di Bali, tetapi tidak terdapat perbedaan dalam penjualan secara kredit antara merek mobil Ford dan Nissan pada *Car Dealership* di Bali. Dengan demikian variabel bebas merek berpengaruh secara signifikan



hanya terhadap variabel tergantung penjualan secara cash, sedangkan pada variabel penjualan secara kredit tidak. Saran dari penelitian ini adalah *Dealership Car* yang ada di Bali lebih memperhatikan faktor penjualan mobil secara cash dengan melihat kemampuan daya beli masyarakat di Bali, standard upah/gaji pegawai golongan menengah keatas, serta dengan melihat faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: tingkat fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap dolar, kunjungan wisatawan yang datang ke Bali dan situasi politik yang berkembang di Bali.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Crocket, (1988). *Statistical Techniques in The Social Sciences*. Australia.Quoll Enterprise
- Ghozali, (2002). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*.Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.(2003). *Basic Econometric*. New York: Mc-Grawhil
- Hair, Joseph F.*et al.* (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Ford\\_Motor\\_Company](http://en.wikipedia.org/wiki/Ford_Motor_Company) (Diakses 1 Agustus 2013)
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Nissan> (Diakses 1 Agustus 2013)
- Johnson, Richard A. and Dean W. Wichern. (2002). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Keown, A.J., J.D. Martin, J.W. Petty, D.F. Scott. (2004). *Manajemen Keuangan: Prinsip Prinsip dan Aplikasi* (Terjemahan). 9 th edition. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- McClave , (1985). *Statistik for Business and Economics*; Dellen; Publishing Compani
- Narimawati, (2008). *Teknik-Teknik Analisis Multivariat untuk Riset Ekonomi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Neuman, (2006). *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches 6th Edition*. New York: Pearson International
- Nindya, (2012). Studi eksperimen pengaruh promosi web destinasi wisatabahari terhadap sikap dan pengetahuan wisatawan Remaja pada pulautidungdino.com yang dikondisikan Secara klasik (*working paper*)
- Riduwan, (2004). *Statistika untuk Lembaga& Instansi Pemerintah/Swasta*. Bandung : Alfabeta
- Santosa, (2006). *Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*. Jhon Wiley & Sons Inc.
- Sarwono, (2012). *IBM SPSS Advanced Statistic:Prosedur-prosedur Generalisasi dan Perluasan General Linier Model (GLM)*.Yogyakarta: CV Andi Offset.
- \_\_\_\_\_, (2012). *Statistik Terapan Aplikasi untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi menggunakan SPSS, AMOS dan Excel*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiyono, (2011). *Statistika untuk Penelitian*.Bandung:Alfabeta
- \_\_\_\_\_, (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*: Bandung.Alfabeta
- \_\_\_\_\_, (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta
- \_\_\_\_\_, (2010). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta.
- Supranto, (1991). *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- \_\_\_\_\_, (1989). *Metode Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan*. Jakarta: PT Gramedia
- SPSS inc. (2012). "*IBM SPSS Advanced Statistics 21*".

- \_\_\_\_\_, (2011). "*IBM SPSS Advanced Statistics 20*"
- Tabachnick, B.G. (1996). *Using Multivariate Statistics*. New York: Harper Collin
- Sekaran, (1984). *Research Methods for Business*, Southern Illinois University at Carbondale.