

Sistem Informasi Pemetaan Produk Batik Dengan Menggunakan Metode Matrik Boston (Studi Kasus Industri Batik di Kabupaten Jember) (Mapping Information System Batik Product Using Method Matrix Boston (Case Study: Batik Industry in Jember))

Tri Agustina Nugrahani, Dr. Saiful Bukhori, ST., M.Kom, Nelly Oktavia Adiwijaya, S.Si., MT
Sistem Informasi, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail: saiful.ilkom.unej.ac.id

Abstrak

Batik Jember merupakan sebuah karya yang berciri budayakan Jember. Batik Jember dikenal dengan motif tembakau. Penjualan batik Jember mengalami kendala yaitu kurangnya promosi, sehingga masih sedikit masyarakat yang mengetahui batik Jember. Bauran pemasaran merupakan faktor dan strategi yang penting dalam pemasaran sebuah produk. Bauran pemasaran memiliki 4 aspek yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi. Pengembangan sistem informasi ini menggunakan 4 aspek dari bauran pemasaran sebagai variabel acuan untuk menentukan kebutuhan dengan menggunakan kuesioner. Selain itu sistem informasi ini menggunakan metode matrik Boston. Matrik Boston digunakan untuk mengetahui seberapa besar produk yang laku dipasaran. Data penjualan yang dimiliki oleh produsen dapat digunakan untuk mengetahui pada posisi manakah tingkat pertumbuhan produk dan pangsa pasar dengan 4 klasifikasi. Klasifikasi tersebut yaitu *star*, *dog*, *question*, dan *cow*. Setiap klasifikasi memiliki informasi yang berbeda tergantung dari data penjualan per tahun. Contoh perhitungan matrik Boston secara manual yaitu produk Batik 66 dari UD. Bintang Timur dan Batik Cap 3 dari Rumah Batik Rolla. Menunjukkan hasil Batik 66 memiliki tingkat pertumbuhan pasar=150 dan pangsa pasar=15. Sehingga Batik 66 berada pada posisi *star* yang menunjukkan tingkat pertumbuhan yang tinggi dan pangsa pasar yang tinggi. Sistem informasi ini memiliki 5 *user* yaitu admin, produsen, operator produsen, toko dan konsumen. Aplikasi ini berbasis *web* dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP.

KataKunci: batik Jember, bauran pemasaran, matrik Boston

Abstract

Batik Jember is a Jember's culture based handicraft. Batik Jember is known with tobacco motive. A problem of the sale of batik Jember is the lack of promotion so that many people know about batik Jember. Marketing mix is form of factor and strategy that important in sale the product. Marketing mix has 4 aspect such as product, price, location, and promotion. Information system developed using 4 aspect as reference of marketing mix as variable for determine of requirement that use questioner. There for information system used boston matrix method. Boston matrix use to know how many product sold out in market. The selling data of producent have can be used for the market growth and market shared with 4 clasification. The classification such as star, dog, question, ad cow. Each of classification has different information depend on selling data every year. For the example calculation in manual according of boston matrix the product is Batik 66 from UD. Bintang Timur and Batik Cap 3 from Rumah Batik Rolla. Result of Batik 66 to indicate market growth = 150 and market share = 15. So that Batik 66 in the position star to indicate high market growth and high market share. The system is designed to be used by 5 groups of users: admin, producent, producent admin, store, and consument. This application based on web by using PHP programming language.

Keywords: batik Jember, marketing mix, Boston matrix

Pendahuluan

Batik adalah suatu seni tulis atau lukis pada bahan sandang berupa tekstil yang bercorak pewarnaan dengan melukiskan malam pada sehelai kain dengan menggunakan alat berupa canting sebagai penutup untuk mengamankan warna dari pencelupan dan terakhir dilorot guna menghilangkan malam dengan jalan mencelupkan dalam air panas dan motif batik sangat menentukan nama terhadap sehelai batik [1]. Batik Jember merupakan sebuah karya yang berciri budaya khas Jember. Batik Jember ini terkenal

akan motif tembakau. Tembakau merupakan salah satu komoditi yang paling banyak dihasilkan.

Batik Jember mengalami beberapa kendala yaitu kurangnya kesadaran masyarakat akan menghargai budaya sendiri, produsen industri batik cenderung di rumah, dan hanya sekedar melayani pesanan ,dalam hal motif batik, corak yang digunakan belum memenuhi standart ,kurangnya promosi, sehingga masih sedikit masyarakat yang tahu akan batik Jember [2]. Bauran pemasaran merupakan faktor penting dalam pemasaran sebuah produk. Dalam bauran pemasaran memiliki 4 komponen yaitu produk, harga,

lokasi, promosi. Bauran Pemasaran yang terdiri atas elemen *product, price, place, dan promotion* adalah merupakan alat bagi marketing yang penting untuk dipertimbangkan, supaya implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sesuai dengan yang direncanakan [3].

Strategi bauran pemasaran merupakan suatu cara yang dibutuhkan agar industri batik Jember semakin dikenal, dan diminati banyak kalangan. Dari keempat elemen dari bauran pemasaran produsen dapat mengembangkan usahanya dengan strategi tersebut. Dalam pengembangan sistem informasi pemetaan ini penulis menggunakan 4 elemen dari bauran pemasaran sebagai variabel acuan untuk menentukan kebutuhan. Kebutuhan tersebut didapatkan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner berisikan beberapa pertanyaan yang tiap pertanyaannya mengacu pada keempat variabel bauran pemasaran.

Kuesioner ini ditujukan untuk konsumen dan produsen, yang memiliki pertanyaan berbeda. Perbedaan pertanyaan tersebut ada pada apa saja kesulitan yang dihadapi oleh masing-masing *user* tersebut. Selain itu dalam pengembangan sistem informasi ini penulis juga menggunakan metode matrik Boston. Matrik Boston ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar produk yang dijual oleh produsen laku dipasaran. Matrik Boston ini adalah sebuah matrix yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pertumbuhan atau perkembangan sebuah pasar dan strategi yang umum. Lebih singkatnya matrik Boston ini merupakan matrik yang menganalisis tingkat pertumbuhan produk dan pangsa pasar.

Matrik Boston memiliki 4 klasifikasi yaitu *star, dog, question, dan cow*. Implementasi pada produk batik ini adalah untuk mengukur dan mengetahui produk mana saja yang termasuk dalam posisi yang harus dipertahankan hingga produk yang membutuhkan pembaharuan. Penentuan tersebut dapat dilihat dari data penjualan dari tiap produsen yang diambil dalam waktu tahun ke tahun. Analisis untuk mengetahui posisi industri terhadap pangsa pasar yaitu dapat dihitung dengan rumus:

1. Tingkat pertumbuhan pasar Tahun ke N:

Tingkat pertumbuhan pasar Tahun ke N:

$TPP_{th\ ke - n}$

$$= \frac{Volume\ penjualan\ TahunN - Volume\ penjualan\ N - 1}{Volume\ penjualan\ N - 1} \times 100\% \dots \dots$$

2. Pangsa pasar relatif:

Pangsa pasar relatif:

$$PPR_{Th\ ke - N} = \frac{Volume\ penjualan\ tahunN}{Volume\ penjualan\ pesaing\ pokok\ tahunN} \dots \dots$$

Tahap perancangan pada sistem yang dibangun adalah dengan menggunakan model *Waterfall* (Air Terjun). Model *Waterfall* memiliki beberapa tahapan dalam perancangannya yaitu: analisis kebutuhan sistem, desain sistem, implementasi sistem (koding), pengujian sistem dan operasi pemeliharaan sistem.

Metode Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Jember, Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Jember, dan Industri Batik di Kabupaten Jember. Dalam pengumpulan datanya penulis menggunakan teknik wawancara, kuesioner, dan studi literatur. Fungsi wawancara itu sendiri adalah agar tidak ada pokok-pokok yang tertinggal, dan agar pencatatannya lebih cepat dan lengkap [4]. Wawancara ini langsung dilakukan oleh orang atau sumber yang bersangkutan.

Sedangkan untuk kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui [4]. Kuesioner ini menggunakan 4 variabel yaitu produk, harga, promosi dan lokasi. Kuesioner yang menggunakan skala Likert ini merupakan kuesioner untuk mengumpulkan data apa saja yang dibutuhkan sebelum membuat sebuah sistem informasi. Kedua, kuesioner ini berguna untuk menghitung seberapa berkaitan variabel yang diuji dan kepuasan dari responden tersebut setelah sistem informasi selesai.

Penggunaan kuesioner ini bertujuan untuk mengukur tingkat kebutuhan dan keberhasilan dari sistem yang akan dibangun. Kuesioner pertama yaitu digunakan dan diukur dengan 30 orang sampel untuk menguji pertanyaan sebelum dibagikan. Setelah itu apabila hasil dari uji validitas dan realibilitas sesuai dengan tabel maka pertanyaan siap untuk dibagikan dengan orang yang berbeda.

Tabel 1. Skala Tipe Likert [5]

Sangat Setuju	Setuju	Tidak Ada Pendapat	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
5	4	3	2	1

Untuk studi literatur bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai penelitian yang dilakukan. Studi literatur ini bisa didapatkan dari sumber buku, jurnal, serta artikel yang dapat dijadikan sumber data. Penentuan skoring pada skala kuesioner ini dapat dihitung melalui jumlah dari masing-masing skala yang dijawab oleh responden.

Tabel 2. Tabel Jumlah Skor Jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban [6]

Klasifikasi jumlah skor	Jumlah responden	Jumlah
Jumlah skor untuk responden yang menjawab SS	n orang	n x 5
Jumlah skor untuk responden yang menjawab S	n orang	n x 4
Jumlah skor untuk responden yang menjawab TH	n orang	n x 3

Jumlah skor untuk responden yang menjawab TS	n orang	n x 2
Jumlah skor untuk responden yang menjawab STS	n orang	n x 1 +
Total	

Setelah skoring untuk jawaban selesai maka, dapat dihitung jumlah skor maksimal, jumlah skor minimal dan jarak kelas interval. Ketiga penghitungan tersebut dapat dihitung dengan rumus:

- Jumlah skor maksimal: $5 \times n$ (pertanyaan) \times n (responden) = a
- Jumlah skor minimal: $1 \times n$ (pertanyaan) \times n (responden) = b
- Jarak kelas interval:

$$\frac{\text{jumlah skor maksimal (a)} - \text{jumlah skor minimal (b)}}{5 \text{ (kelas interval)}}$$

Sehingga hasil yang didapat adalah klasifikasi sikap dari skor jawaban yang telah dihitung. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment*. Korelasi *product moment* ini digunakan apabila memiliki sumbangan yang besar terhadap skor total. Dengan kata lain apabila mempunyai nilai validitas yang tinggi jika skor pada butir mempunyai kesejajaran dengan skor total. Kesejajaran ini dapat diartikan dengan korelasi, sehingga untuk mengetahui validitas butir digunakan rumus *product moment* [6].

Rumus uji validitas *product moment* [6]:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber: (Prof. Dr. S. Eko Putro Widoyoko, 2012:147)

Keterangan:

X = skor butir

Y = skor total

R_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Pada penelitian ini penulis menggunakan rumus reliabilitas Alpha karena interval skor pada kuesioner memiliki 5 skala penilaian sama dengan skala Likert.

Rumus reliabilitas Alpha [4]:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Sumber : (Arikunto, 1992: 165)

Dengan Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

σt^2 = varians total

Hasil Penelitian

Hasil peneltiiian ini antara lain kebutuhan sistem dapat dibedakan menjadi 3 yaitu fungsional, *non-fungsional*, dan antarmuka *eksternal*. Masing-masing kebutuhan akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Kebutuhan Fungsional

Sistem Informasi Pemetaan Batik ini memiliki kebutuhan fungsional sebagai berikut:

- Sistem mampu menyimpan lokasi produsen industri.
- Sistem mampu meng-*upload* batik dari produsen.
- Sistem mampu mengelola data penjualan
- Sistem mampu menampilkan lokasi produsen batik, dan toko di Kabupaten Jember.
- Sistem mampu memberikan hasil analisis matrik boston produk.

2. Kebutuhan Non-Fungsional

Sistem Informasi Pemetaan Batik ini memiliki kebutuhan *non-fungsional* sebagai berikut:

- Sistem ini membutuhkan koneksi internet.
- Sistem ini dapat diakses 24 jam dengan adanya koneksi internet.
- Sistem ini dilengkapi dengan tampilan yang sederhana, dan bahasa yang komunikatif.

3. Kebutuhan Antarmuka Eksternal

Kebutuhan antarmuka eksternal pada sistem yang dibangun meliputi yaitu: kebutuhan antarmuka pemakai, antarmuka perangkat lunak dan antarmuka perangkat keras. Berbagai macam kebutuhan tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

a. Kebutuhan antarmuka pemakai

Sistem informasi ini melibatkan *user* atau pemakai dengan menggunakan monitor secara langsung dan mengoperasikannya. Selama proses pengoperasian sistem informasi *user* dapat mengolah data yang diinginkan dan sesuai dengan kebutuhannya.

b. Kebutuhan antarmuka perangkat lunak

Kebutuhan antarmukan perangkat lunak yang umum digunakan oleh penulis adalah:

- Adobe Dreamweaver CS5* sebagai implementasi bahasa pemrograman php
- Google chrome* sebagai *web browser*
- XAMPP 1.8.1* sebagai *web server* dengan *DBMS Mysql*
- Sistem operasi *Windows 7*

c. Kebutuhan antarmuka perangkat keras

Kebutuhan antarmuka perangkat keras yang digunakan adalah:

- Satu perangkat komputer atau laptop dengan spesifikasi intel pentium
- RAM (Random Access Memory)* minimal 2 GB
- Hardisk* penyimpanan
- Mouse*
- Keyboard*

Hasil kuesioner untuk produsen dengan menggunakan skala Likert adalah 221. Dengan jarak interval =40 maka didapatkan hasil dinyatakan sangat setuju untuk tahap pembuatan sistem. Sedangkan untuk konsumen dengan menggunakan skala Likert adalah 1756. Dengan jarak interval = 320 maka didapatkan hasil dinyatakan sangat setuju untuk pembuatan sistem.

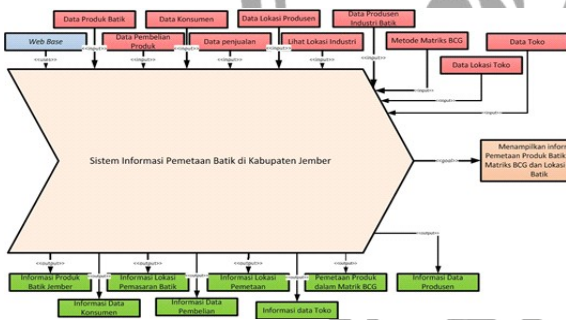
Kuesioner yang telah diisi oleh konsumen memiliki pembobotan variabel. Hasil dari masing-masing pembobotan variabelnya adalah harga :4.4, produk :4.36, lokasi :4.43, dan promosi : 4.37. dari hasil pembobotan maka dapat diketahui bahwa variabel lokasi yang menjadi faktor kebutuhan konsumen untuk mengenal produk batik Jember.

Desain dan Perancangan Sistem

Desain ini merupakan gambaran dari sebuah ide sistem yang dibangun. Desain sistem menyangkut dengan penggambaran, perencanaan yang digabungkan menjadi satu kesatuan sehingga menghasilkan fungsi sistem. Desain yang dibangun yaitu:

1. Business Process (Bisnis Proses)

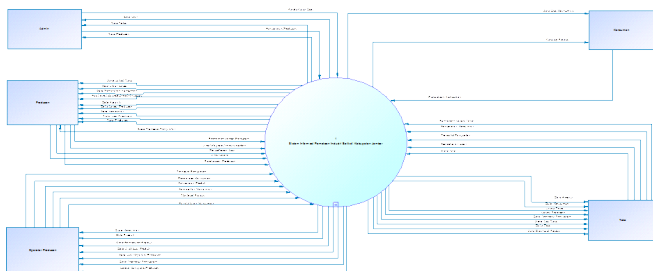
Bisnis Proses pada Sistem Informasi Pemetaan Batik di Kabupaten Jember memiliki beberapa komponen yaitu *input* (masukan), *output* (keluaran), *uses* (penggunaan), dan *goal* (tujuan). Bisnis proses ini dapat dilihat pada Gambar 1. Bisnis Proses .



Gambar 1. Bisnis Proses

2. Context Diagram

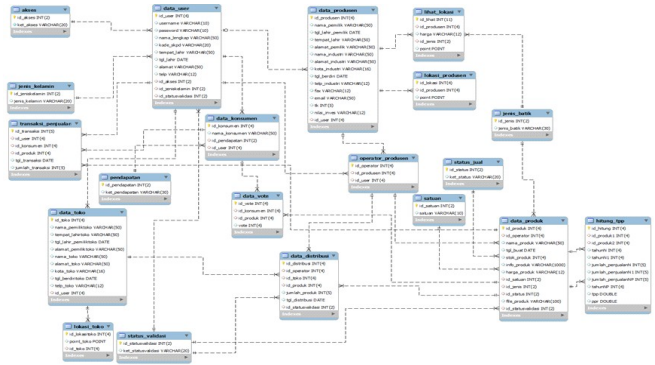
Context Diagram (CD) merupakan penggambaran sistem secara keseluruhan. Dalam CD yang ini memiliki 5 *user* yaitu admin, produsen, operator produsen, toko dan konsumen. Masing-masing dari *user* memiliki hak akses yang berbeda-beda, tergantung dari arus datanya. *Context Diagram* dari Sistem Informasi Pemetaan Batik di Kabupaten Jember dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Context Diagram

3. Entity Relationship Diagram

Entity Relationship Diagram (ERD) pada Sistem Informasi Pemetaan Industri Batik di Kabupaten Jember dapat dilihat pada Gambar 3.

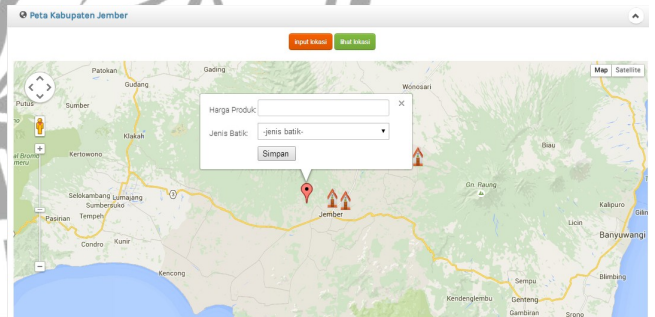


Gambar 3. ERD

Gambaran Umum Sistem

Tahap implementasi sistem merupakan tahapan pembuatan kode program menjadi sebuah aplikasi berbasis web. Penulis menggunakan bahasa pemrograman PHP.

1. Fitur lihat lokasi merupakan peta yang memiliki point sebagai produsen. Dari tiap produsen dapat melihat potensi produsen di lokasi lain disekitar wilayah Jember. Dengan menandai lokasi yang ingin dilihat disekitarnya dapat dilihat pada Gambar 4. Lihat Lokasi.

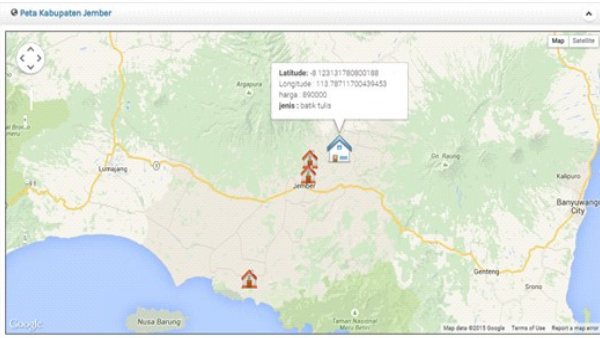


Gambar 4. Lihat Lokasi

Fitur selanjutnya merupakan lanjutan dari lihat lokasi. Setelah lokasi ditandai dan disimpan maka akan muncul tampilan seperti pada Gambar 5. Point yang baru saja diinputkan. Sebagai keterangan:

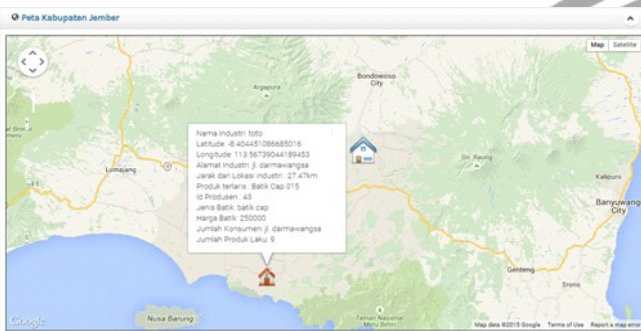
Rumah berwarna biru: Lokasi produsen yang baru saja ditandai

Rumah berwarna merah: Lokasi dari keseluruhan produsen



Gambar 5. Point yang baru saja diinputkan

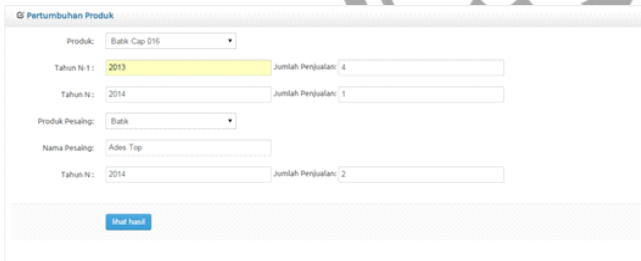
Rumah berwarna biru memiliki informasi yaitu latitude dan longitude geografis wilayah, harga yang ingin dijual dan jenis batiknya. Sedangkan rumah berwarna merah memiliki informasi yang lebih banyak dan dapat dilihat pada Gambar 6. Point dengan Keterangan Lokasi Sekitar.



Gambar 6. Point dengan Keterangan Lokasi Sekitar

2. Fitur Matrik Boston (Metode)

Fitur ini merupakan produk yang ingin diketahui tingkat pertumbuhan produk dan posisi pangsa pasar. Dari form pada Gambar 7. Form Metode. pilih produknya maka secara otomatis akan muncul data penjualan pertahunnya.



Gambar 7. Form Metode

3. Grafik Hasil Matrik Boston

Fitur ini merupakan penggambaran dari hasil penghitungan metode pada Gambar 8. Grafik ini sekaligus memberikan informasi dimanakah posisi produk berada.



Gambar 8. Grafik Hasil Matrik Boston

Pembahasan

Matrik Boston ini dihitung berdasarkan data penjualan yang tiap tahunnya diakumulasikan kemudian dihitung sesuai dengan rumus tingkat pertumbuhan produk dan pangsa pasar. Produk yang dibandingkan dalam matrik Boston berdasarkan batik yang jenisnya sama. Dapat dimisalkan *user* Bapak Mawardi ingin melihat produknya berada pada posisi dimana, dan dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4 dengan perhitungan dibawah ini:

Tabel 3 Tabel Data Penjualan 1

UD. Bintang Timur	
Nama Produk	Batik 66
Jenis Batik	Batik Cap
Tahun N-1 (2013)	12
Tahun N (2014)	30

Tabel 4 Tabel Data Penjualan 2

Rumah Batik Rolla	
Nama Produk	Batik Cap 3
Jenis Batik	Batik Cap
Tahun N-1 (2013)	2
Tahun N (2014)	-

Apabila dihitung dengan manual:

1. Tingkat pertumbuhan pasar Tahun ke N:

1. Tingkat pertumbuhan pasar Tahun ke N:

$$\begin{aligned} & TPP_{th\ ke - n} \\ &= \frac{Volume\ penjualan\ TahunN - Volume\ penjualan\ N - 1}{Volume\ penjualan\ N - 1} \times 100\% \dots \dots \\ &= \frac{30 - 12}{12} \times 100\% \\ &= 150 \end{aligned}$$

2. Pangsa pasar relatif:

2. Pangsa pasar relatif:

$$\begin{aligned} & PPR_{Th\ ke - N} \\ &= \frac{Volume\ penjualan\ tahunN}{Volume\ penjualan\ pesaing\ pokok\ tahunN} \dots \dots \\ &= \frac{30}{2} \\ &= 15 \end{aligned}$$

Selanjutnya hasil yang didapatkan adalah tingkat pertumbuhan pasar = 150 dan pangsa pasar relatif = 15. Dapat dilihat dalam Gambar 5.13 dan Gambar 5.14 yang langsung terdapat dalam sistem informasi. Kemudian dengan hasil tersebut maka dapat diklasifikasikan produk berada pada posisi *star*. Posisi *star* merupakan yang tertinggi dibanding yang lainnya, artinya produk dari Bapak Mawardi yaitu Batik 66 dengan jenis batik yang sama yaitu batik cap memiliki tingkat pertumbuhan produk yang tinggi dan pangsa pasar yang tinggi. Dengan posisi yang tinggi produsen hanya perlu menjaga kualitas. Apabila dilihat dari strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran harga, produk, lokasi dan promosi sudah berusaha dengan maksimal sehingga produknya pun berada pada posisi *star*.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Dari hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa dalam merancang sistem informasi yang dibangun dibutuhkan pengumpulan data terlebih dahulu. Data tersebut diolah menurut kebutuhan fungsional dan kebutuhan non-fungsional. Sistem informasi ini dibangun secara prosedural dengan perancangan mengacu pada model *Waterfall* (air terjun). Perancangan sistem informasi ini adalah dengan mengumpulkan kebutuhan, desain sistem (secara prosedural), penulisan kode program dan pengujian. Dalam sistem informasi ini memiliki 5 *user*, yang masing-masing memiliki hak akses dan tugas yang berbeda-beda. Fitur yang terdapat dalam sistem mengacu pada kebutuhan yang sudah terkumpul dan terdapat 4 aspek dari bauran pemasaran yaitu produk, harga, lokasi dan promosi. Bauran pemasaran ini sesuai dengan strategi pemasaran yang berhubungan dengan matrik Boston.

b. Penggunaan sistem informasi untuk mengetahui tingkat pertumbuhan produk dan pangsa pasar atau yang lebih dikenal dengan matrik Boston, dan sudah berjalan sesuai dengan kebutuhan. Produsen dapat mengetahui berada pada posisi manakah produknya dalam pasar sesuai dengan klasifikasi matrik Boston. Perhitungan matrik Boston secara manual dapat dilihat pada sub bab 5.4 pembahasan. UD. Bintang Timur dengan nama produk Batik 66 dibandingkan dengan Batik Cap 3 dari Rumah Batik Rolla yang menghasilkan tingkat pertumbuhan pasar = 150 dan pangsa pasar = 15 sehingga berada pada posisi *star*. Sehingga Batik 66 dari UD. Bintang Timur sudah mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi dan pangsa pasar yang tinggi. Cara mempertahankan produknya hanya dengan menjaga kualitas dalam pemasaran. Setelah di uji coba dengan *black box*, produsen menyambut baik akan sistem informasi yang telah selesai dibuat. Sebagai hasil dari matrik Boston produsen dapat melihat grafik posisi produk beserta informasinya.

Daftar Pustaka

- [1]Suandewi, I. A. (2010). Kontribusi Perilaku Konsumen Dalam Membentuk Citra Merek "Batik Jember" Rumah Batik Rolla. 21.
- [2]Jamal. (2014, April 22). Batik Jember. (T. A. N, Pewawancara)
- [3]Tiniingrum, E. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Usaha Kecil Menengah Batik Surakarta. *ADVANCE Edisi Februari 2014 Vol.1. No. 2*, 1.
- [4]Arikunto, D. S. (1992). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [5]Vredenberg, J. (1978). *Metode Dan Teknik Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia.
- [6]Prof. Dr. S. Eko Putro Widoyoko, M. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.