

DAFTAR PUSTAKA

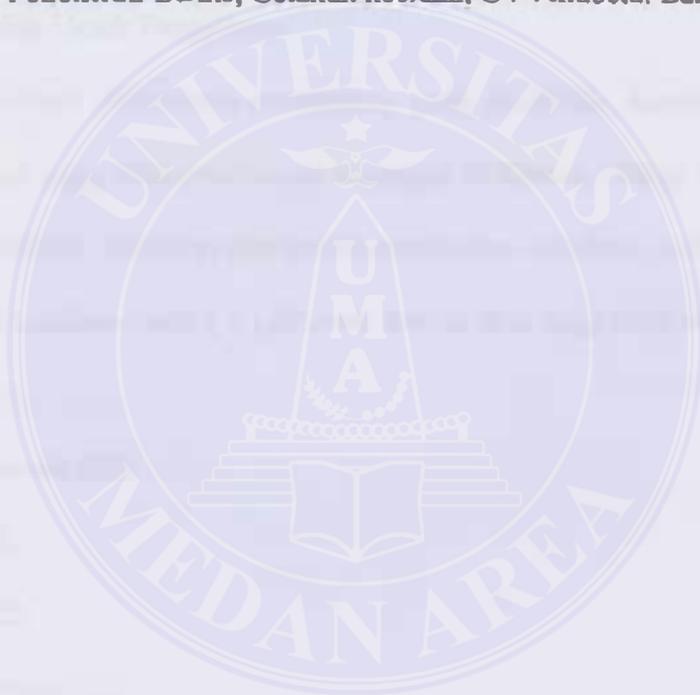
- Basu Swastha, Azas - azas Marketing, edisi ketiga, Cetakan Kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta 1997.
- Bilson Simamora, Memenangkan Pasar Dengan Persaingan Efektif Dan Profitabel, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
- Bilson Simamora, Membongkar Kotak Hitam Konsumen, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003.
- Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, Penerbit Bayu Media, Malang, 2005.
- Lamb, Charles W, Hair . Joseph F, dan McDaniel, Carl, Marketing (Pemasaran), Buku Satu, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001
- Lupiyoadi, Rambat, Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Penerbit Salemba empat. Jakarta. 2001.
- H.Buchari Alma, Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan, CV Alfabeta, Bandung, 2003.
- Hermawan Kartajaya, Hermawan Kartajaya on Marketing, Edisi Pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- M. Mursid, Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Jilid Ketiga, Penerbit Pusat Antar Universitas Studi Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 2003.
- Mudrajat Kuncoro, Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2003.
- Philips Kotler dan A.B Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Pertama, jilid I, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.

Philips Kotler dan A.B Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Pertama jilid II, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.

Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip Pemasaran, Terjemahan Sadu Sundry, Jilid kedua, Edisi Ketiga, Jilid Pertama, Penerbit Erlangga. Jakarta, 1997.

Renald Kasali, Membedik Pasar Indonesia (Segmentasi, Targeting, dan Positioning). Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, 2005.

Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan keenam, CV Alfabeta. Bandung, 2004.



Kuisisioner

Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Peningkatan Jumlah Pelanggan Di Rumah Makan Mie Ayam Jamur H.Mahmud.S

1. Identitas Responden

Usia :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

2. Petunjuk Pengisian Untuk Pernyataan

Dibawah ini terdapat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan perasaan anda sebagai konsumen yang telah menikmati hidangan di Rumah Makan Mie Ayam Jamur H. Mahmud.S Medan. Terhadap pernyataan-pernyataan tersebut. Anda dimohon untuk memilih dengan membua tanda (√) dibawah kolom skor yang telah disediakan.

Keterangan skor:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Cukup (C)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Variabel Faktor Bauran Pemasaran:	SS	S	C	TS	STS
A. Product (Produk)					
1) Kebersihan dan kualitas makanan terjamin					
2) Menu yang ditawarkan sangat bervariasi					
3) Rasa yang ditawarkan sesuai selera					
4) Variasi Mie yang ditawarkan sangat banyak					

B. Price (Harga)					
1) Harga yang ditawarkan murah					
2) Harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan harga ditempat lain					
3) Harga dapat di jangkau oleh seluruh konsumen					
4) Kenaikan harga akan mempengaruhi daya beli konsumen					
C. Place (Tempat)					
1) Lokasi Rumah Makan sangat mudah dijangkau					
2) Parkir kendaraan mudah diperoleh					
3) Lokasi Rumah Makan yang strategis					
4) Kawasan di dalam dan di luar Rumah Makan aman dan nyaman					
D. Promotion (Promosi)					
1) Adanya kerjasama dengan pihak media cetak dan elektronik					
2) Memperoleh informasi tentang Rumah Makan ini dari teman, saudara atau kerabat					
3) Memberikan informasi Rumah Makan ini kepada teman, saudara, atau kerabat					
4) Ikut ambil bagian pada acara tertentu misalnya: acara pernikahan,dll					
E. Variabel Peningkatan Jumlah Pelanggan					
1) Variasi mie yang disajikan bervariasi					
2) Harga yang ditawarkan dapat di jangkau					
3) Lokasi yang strategis, aman dan					

nyaman					
4) Adanya kerjasama dengan media cetak dan elektronik					
5) Bentuk dan penampilan Rumah Makan yang menarik					
6) Keterampilan karyawan dalam melayani pelanggan.					

Terima kasih atas perhatian dan partisipasi anda dalam pengisian kuisioner ini.

