

## KEPUTUSAN PEMBELIAN LOTION ANTI NYAMUK PADA DOSEN DAN PEGAWAI POLTEKKES KEMENKES PALEMBANG

### *ANTI MOSQUITO LOTION PURCHASE DECISIONON LECTURERS AND POLYTECHNIC EMPLOYEESPALEMBANG Ministry of Health*

Sheila Karisma Putri<sup>1</sup>, Tedi<sup>2</sup>

<sup>1 2</sup>Jurusan Farmasi Poltekkes Kemenkes Palembang

Email: [shellakarismaa@gmail.com](mailto:shellakarismaa@gmail.com)

[tedibantong@yahoo.co.id](mailto:tedibantong@yahoo.co.id)

Diterima: 20 April 2021

Direvisi: 15 Mei 2021

Disetujui: 1 Juli 2021

#### ABSTRAK

**Latar Belakang :** Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor eksternal antara lain : produk dan nonproduk (harga, tempat, dan promosi), dan faktor internal seperti pengetahuan, sosial ekonomi dan pendapatan dapat mempengaruhi keputusan pembelian lotion anti nyamuk.

**Metode Penelitian :** Jenis penelitian adalah survey analitik dengan menggunakan metode Proporsional stratified random sampling dengan cara menentukan responden berdasarkan kriteria inklusi. Sampel pada penelitian ini adalah Dosen dan pegawai Poltekkes kemenkes Palembang dengan jumlah sampel 70 orang. Uji statistic menggunakan analisis multivariat.

**Hasil :** Variabel produk, harga, promosi, pendapatan, dan sosial ekonomi mempengaruhi keputusan pembelian produk Lotion anti nyamuk. Sedangkan variabel pengetahuan tidak mempengaruhi keputusan pembelian produk Lotion anti nyamuk, dari hasil analisis diperoleh bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian produk Lotion anti nyamuk.

**Kata Kunci: Produk, Lotion anti nyamuk dan Keputusan Pembelian**

#### ABSTRACT

**Background:** Purchasing decisions are the understanding of consumers about the desires and needs of a product by assessing from existing sources by determining the purpose of purchase. Purchasing decisions are influenced by external factors, among others: products and non-products (price, place and promotion), and internal factors such as knowledge, socio-economic and income can influence the decision to purchase mosquito repellent lotion.

**Research Method:** This type of research is an analytical survey using Proportional stratified random sampling method by determining respondents based on inclusion criteria. The sample in this study were lecturers and employees of the Palembang Ministry of Health Polytechnic with a sample of 70 people. Test the statistics using multivariate analysis.

**Results:** Product, price, promotion, income, and socio-economic variables influence the decision to purchase mosquito repellent products. While the knowledge variable does not affect the purchasing decision of mosquito repellent products, from the results of the analysis it was found that the product variable has the most dominant influence on the purchase decision of mosquito repellent products.

**Conclusion:** Product variables that have the most dominant influence on purchasing decisions for mosquito repellent products.

**Keywords: Products, Mosquito Lotion and Purchasing Decision**

## **PENDAHULUAN**

Nyamuk merupakan salah satu serangga yang kehadirannya cukup mengganggu dan juga Nyamuk sebagai serangga yang banyak menimbulkan masalah bagi manusia (wirastuti,2016). nyamuk juga banyak menimbulkan penyakit berbahaya dan mematikan bagi manusia, seperti: demam berdarah, malaria, kaki gajah, dan chikungunya (Manaf,2012). Nyamuk ternyata hewan penyebab kematian manusia tertinggi di dunia tercatat setidaknya ada 725 ribu orang meninggal akibat gigitan nyamuk dalam satu tahun di seluruh dunia (Hoonsik,2016)

Sementara itu, angka kematian yang disebabkan oleh hewan lainnya jauh di bawah itu. misalnya kematian yang disebabkan oleh ular hanya sebesar 50 ribu orang, anjing 25 ribu orang. Di Indonesia nyamuk juga menjadi salah satu penyebab kematian manusia terbanyak adalah nyamuk *Aedes Aegypti* yang menyebabkan penyakit DBD. Tercatat sebanyak 71.688 orang terinfeksi virus dengue dan menyebabkan kematian mencapai 641 orang. (Lee,2016)

Berdasarkan laporan, Indonesia tercatat pada tahun 2017 kasus DBD berjumlah 68.407 kasus. Jumlah tersebut menurun cukup drastis dari tahun sebelumnya yaitu 204.171 kasus. Angka kesakitan DBD tahun 2017 menurun dibandingkan tahun 2016, yaitu 78,85 menjadi 26,10 per 100.000 penduduk. Namun, penurunan case fatality rate (CFR) dari tahun sebelumnya tidak terlalu tinggi, yaitu 0,78% pada tahun 2016, menjadi 0,72% pada tahun 2017 (Ditjen P2P, Kemenkes RI,2018). Dan tercatat bahwa pada tahun 2017 terjadi kasus dalam jumlah 1.449 di provinsi Sumatera selatan (Ditjen P2P, Kemenkes RI,2018). Sedangkan laporan dari Kota Palembang selama 5 tahun, tercatat bahwa pada tahun 2013,2014,2015,2016,2017 terjadi kasus dalam jumlah masing-masing 438,622,979,932,693 (DitjenP2P, Kemenkes RI,2018)

Untuk mengatasi masalah yang disebabkan oleh nyamuk maka Diperlukan cara pengendalian nyamuk yang efektif. Salah satu pengendalian nyamuk tersebut adalah dengan menggunakan berbagai sediaan anti nyamuk.

Lotion merupakan bentuk sediaan yang sangat diminati masyarakat karena penggunaan hanya cukup dioleskan pada kulit (Ansel,1989). lembut jika dipakai, memberi aroma yang harum, nyaman dan tidak lengket, tidak mengkilap, mudah dibersihkan dengan air, serta mudah menyebar pada kulit (Anief, 2006).

Setiap orang memiliki pertimbangannya masing-masing dalam memilih suatu produk. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor eksternal. Faktor eksternal tersebut antara lain : produk dan nonproduk (harga, tempat, dan promosi) (McCarthy dalam Kotler, 2005). Selain faktor

eksternal, faktor internal seperti pengetahuan, sosial ekonomi dan pendapatan dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Lukman dalam Hendra, 2008). Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka peneliti melakukan penelitian tentang Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian lotion anti nyamuk pada dosen dan pegawai Poltekkes Kemenkes Palembang.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian survey analitik. Populasi penelitian ini adalah dosen dan pegawai Poltekkes Kemenkes Palembang Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah Proporsional stratified random sampling dengan cara menentukan responden berdasarkan kriteria inklusi.

Data primer dari penelitian ini diperoleh langsung dari responden yang telah disiapkan oleh peneliti, dengan langkah sebagai berikut: Menentukan responden berdasarkan kriteria inklusi.

(1) Datang ke responden dan menanyakan kesediaan responden untuk di sampling. (2) Memberikan penjelasan mengenai kuisisioner yang harus diisi, kemudian memberikan kuisisioner tersebut untuk diisi. (3) Setelah responden selesai mengisi kuisisioner, maka kuisisioner pun dikumpulkan kembali kepada peneliti. (4). Melakukan analisis data dan pengolahan data.

Data sekunder diperoleh dari Direktorat Poltekkes Kemenkes Palembang bagan Administrasi mengenai data-data calon responden.

**Variabel bebas** : Faktor eksternal : Produk, Harga dan Promosi. Faktor internal : Pengetahuan, Sosialekonomi, Pendapatan

**Variabel terikat** :

Keputusan pembelian lotion anti nyamuk

## **Analisis Data**

Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan analisa statistik menggunakan metode analisis multivariat dengan uji regresi logistik berganda.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Penelitian ini dilakukan di Direktorat Poltekkes kemenkes Palembang dan semua jurusan Poltekkes Kemenkes Palembang dengan jumlah responden sebanyak 70 responden dan Responden pada penelitian ini adalah Dosen dan pegawai poltekkes Kemenkes Palembang.

Hasil pemetaan responden berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 39 dan laki laki sebanyak 31 serta usia responden terbanyak adalah berusia >40 tahun (52,86%)

KRBJ hasil Pemetaan menunjukkan Bahwa Kemampuan membeli lotion anti nyamuk untuk

keperluan sehari-hari, bagi Dosen dan pegawai Poltekkes kemenkes Palembang berkaitan dengan Pendapatan perbulan. Dari 70 responden ternyata yang paling banyak dalam menggunakan lotion anti nyamuk adalah dengan pendapatan perbulan >Rp.2.000.000 dan yang paling sedikit adalah dengan pendapatan perbulan < Rp.1000.000 Pemetaan selanjutnya dilakukan berdasarkan karakteristik responden berdasarkan jurusan.

### **1. Analisis Bivariat**

Analisis bivariat bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (variabel produk, harga, promosi, pendapatan, pengetahuan, dan sosial ekonomi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian produk Lotion anti nyamuk). Hasil analisis dilakukan dengan tabulasi silang dengan uji Fisher's Exact dengan tingkat kemaknaan  $\alpha = 0,05$ . Uji ini menganalisis Hubungan antara Variabel Produk dengan Keputusan Pembelian Produk Lotion anti nyamuk

Dilakukan uji statistik Fisher's Exact karena nilai harapan dari sel pada tabel ada yang kurang dari 5. Berdasarkan uji statistik dengan menggunakan uji Fisher's Exact didapatkan p value =  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Nilai Odds Ratio yaitu 34,125 yang artinya responden yang terpengaruh dengan variabel produk lebih terpengaruh dalam keputusan pembelian produk Lotion anti nyamuk sebanyak 34,125 kali dibandingkan dengan responden yang tidak terpengaruh dengan variabel produk.

Analisis lebih lanjut dilakukan untuk menetapkan Hubungan antara Variabel Harga dengan Keputusan Pembelian Produk Lotion anti nyamuk

Dilakukan uji statistik Fisher's Exact karena nilai harapan dari sel pada tabel ada yang kurang dari 5. Berdasarkan uji statistik dengan menggunakan uji Fisher's Exact didapatkan p value =  $0,007 < \alpha = 0,05$ . Nilai Odds Ratio yaitu 6,476 yang artinya responden terpengaruh dengan variabel harga dalam keputusan pembelian produk lotion anti nyamuk sebanyak 6,476 kali dibandingkan dengan responden yang tidak terpengaruh dengan variabel harga.

Analisis statistik kmol juga dilakukan untuk menetapkan Hubungan antara Variabel Promosi dengan Keputusan Pembelian Produk Lotion anti nyamuk

Dilakukan uji statistik Fisher's Exact karena nilai harapan dari sel pada tabel ada yang kurang dari 5. Berdasarkan uji statistik dengan menggunakan uji Fisher's Exact didapatkan p value =  $0,037 < \alpha = 0,05$ . Nilai Odds Ratio yaitu 5,032 yang artinya responden yang terpengaruh dengan variabel promosi lebih terpengaruh dalam keputusan pembelian produk lotion anti nyamuk sebanyak 5,032 kali dibandingkan dengan

responden yang tidak terpengaruh dengan variabel promosi.

Hubungan antara Variabel Pendapatan dengan Keputusan Pembelian Produk Lotion anti nyamuk juga dilakukan menggunakan statistik

Dilakukan uji statistik Fisher's Exact karena nilai harapan dari sel pada tabel ada yang kurang dari 5. Berdasarkan uji statistik dengan menggunakan uji Fisher's Exact didapatkan p value =  $0,020 < \alpha = 0,05$ . Nilai Odds Ratio yaitu 4,452 yang artinya responden yang terpengaruh dengan variabel pendapatan lebih terpengaruh dalam keputusan pembelian produk lotion anti nyamuk sebanyak 4,452 kali dibandingkan dengan responden yang tidak terpengaruh dengan variabel pendapatan.

Analisis statistik selanjutnya dilakukan untuk mengetahui Hubungan antara Variabel Pengetahuan dengan Keputusan Pembelian Produk Lotion anti nyamuk

Dilakukan uji statistik Fisher's Exact karena nilai harapan dari sel pada tabel ada yang kurang dari 5. Berdasarkan uji statistik dengan menggunakan uji Fisher's Exact didapatkan p value =  $0,075 > \alpha = 0,05$ . Nilai Odds Ratio yaitu 3,857 yang artinya responden tidak terpengaruh dengan variabel pengetahuan dalam keputusan pembelian produk lotion anti nyamuk.

Uji statistik terakhir dalam analisis bivariat yakni menetapkan Hubungan antara Variabel Sosial Ekonomi dengan Keputusan Pembelian Produk Lotion anti nyamuk

Dilakukan uji statistik Fisher's Exact karena nilai harapan dari sel pada tabel ada yang kurang dari 5. Berdasarkan uji statistik dengan menggunakan uji Fisher's Exact didapatkan p value =  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Nilai Odds Ratio yaitu 25,500 yang artinya responden yang terpengaruh dengan variabel Sosial ekonomi lebih terpengaruh dalam keputusan pembelian produk lotion anti nyamuk sebanyak 25,500 kali dibandingkan dengan responden yang tidak terpengaruh dengan variabel Sosial ekonomi.

### **2. Analisis Multivariat**

Analisis multivariat merupakan analisis yang bertujuan untuk mempelajari hubungan beberapa variabel (lebih dari satu variabel) independen dengan satu atau beberapa variabel dependen (Riyanto, 2012). Proses analisis multivariat yaitu dengan menghubungkan beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen pada waktu yang bersamaan. Uji statistik yang digunakan adalah analisis regresi logistik yaitu salah satu pendekatan model matematis yang digunakan untuk menganalisis hubungan satu atau beberapa variabel independen dengan sebuah variabel dependen kategori yang bersifat dikotom/binary (Sabri dan Hastono, 2006). Dari hasil analisis multivariat ini akan didapatkan variabel yang

paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk Lotion anti nyamuk. Bila hasil bivariat menghasilkan p value < 0,05 maka variabel tersebut langsung masuk tahap multivariat.

a. Seleksi Multivariat

Tabel 1 : Hasil Seleksi Multivariat antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen

No	Variabel	P value	Kandidat Multivariat
1	Produk	0,000	Masuk
2	Harga	0,007	Masuk
3	Promosi	0,037	Masuk
4	Pendapatan	0,020	Masuk
5	Pengetahuan	0,075	Tidak
6	Sosial Ekonomi	0,000	Masuk

Hasil seleksi Multivariat menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi, pendapatan dan sosial ekonomi yang menghasilkan p value < 0,05 sehingga variabel tersebut yang dapat dimasukkan ke dalam permodelan multivariat.

b. Permodelan Multivariat

Setelah dilakukan analisis multivariat kelima variabel tersebut dengan keputusan pembelian produk Lotion anti nyamuk, hasilnya dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2 : Hasil Analisis Multivariat dengan Uji Regresi Logistik Ganda

Variabel	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp (B)
Produk	3,101	1,409	4,843	1	0,028	22,215
Harga	0,503	0,961	0,274	1	0,600	1,654
Promosi	1,207	1,483	0,663	1	0,416	3,343
Pendapatan	-1,408	1,496	0,886	1	0,347	0,245
Sosial Ekonomi	2,191	0,898	5,955	1	0,015	8,941
Constant	-10,06	3,002	11,244	1	0,00	0,000

Dari hasil analisis pada langkah pertama ini terlihat ada tiga variabel yang nilai p value > 0,05 yaitu variabel Harga, Promosi dan Pendapatan. Variabel Tersebut dikeluarkan dari model analisis multivariat sehingga didapatkan model akhir.

Tabel 3 : Hasil Analisis Multivariat Model Akhir Uji Regresi Logistik terhadap Keputusan Pembelian Produk Lotion anti nyamuk

Variabel	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp (B)
Produk	2,707	1,1335	7,07	1	0,017	14,980
Sosial Ekonomi	2,255	0,8217	5,32	1	0,006	9,531
Constant	-8,791	2,210	15,827	1	0,000	0,000

Berdasarkan tabel diatas, maka model akhir didapat persamaan sebagai berikut:  $y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$

Keterangan: y = Variabel Dependen

a = Konstanta

b = Variabel Independen

Artinya:

**Keputusan Pembelian Produk Lotion anti nyamuk =**  
 $- 8,791 + (2,707) (\text{Produk}) + (2,255) (\text{Sosial Ekonomi})$

Untuk melihat variabel mana yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk Lotion anti nyamuk, dilihat dari Exp (B) atau Odds Ratio (OR) untuk variabel yang signifikan. Semakin besar nilai Exp (B) berarti semakin besar pengaruhnya terhadap variabel dependen yang dianalisis. Maka, dapat disimpulkan bahwa dari dua variabel yang dimasukkan ke dalam permodelan secara bersamaan di atas, variabel paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Lotion anti nyamuk adalah variabel Produk. Nilai Exp (B) pada variabel produk (14,980) menunjukkan bahwa variabel produk 14,980 kali mempengaruhi keputusan pembelian produk Lotion anti nyamuk. Nilai Exp (B) ini juga bisa diartikan terdapat perubahan Odds Ratio sebesar 14,980 setiap perubahan 1 unit dalam X.

**PEMBAHASAN**

Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga mengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian (Swastha dan Irawan, 2008: 105).

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor eksternal. Faktor eksternal tersebut antara lain : produk dan nonproduk (harga, tempat, dan promosi) (McCarthy dalam Kotler, 2005:17). Selain faktor eksternal, faktor internal seperti pengetahuan, sosial ekonomi dan pendapatan dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Lukman dalam Hendra, 2008). Penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian memiliki kekurangan karena jawaban responden akan lebih bersifat subjektif dan penafsiran pertanyaan akan berbeda-beda pada setiap responden (Riyanto, 2010). Berdasarkan hal tersebut, peneliti seharusnya melakukan uji validitas kuesioner untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah sesuai untuk dijadikan alat ukur, namun karena singkatnya waktu penelitian, peneliti tidak melakukan uji validitas. Peneliti langsung

mengolah data yang diperoleh melalui uji bivariat dan multivariat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka hipotesis yang menyatakan variabel produk, harga, promosi, pendapatan, dan sosial ekonomi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lotion anti nyamuk diterima dan hipotesis yang menyatakan variabel pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lotion anti nyamuk ditolak.

Berdasarkan analisis multivariat, diperoleh hasil dimana variabel produk yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk lotion anti nyamuk.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian lotion anti nyamuk pada dosen dan pegawai Poltekkes Kemenkes Palembang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian lotion anti nyamuk adalah Faktor Produk, Harga, Promosi, Pendapatan dan Sosial ekonomi
2. Variabel produk paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian lotion anti nyamuk

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2010. *Pengantar Bisnis*. Edisi Revisi. Cetakan Keempat belas. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Amstrong, G. & Kotler, P. 1997. Prinsip-prinsip pemasaran. Cetakan pertama. Jakarta : Erlangga
- Anief M. Ilmu Meracik Obat dan Praktik. Ilmu Meracik Obat Teori dan Praktik. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press; 2006.
- Ansel H. Pengantar Bentuk Sediaan Farmasi. Universitas Indonesia Press. Jakarta: Universitas Indonesia Press; 1989.
- Arikunto, Suharsimi, 2013. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta. Halaman 106, 108.
- Balsam, M. S, 1972. *Cosmetic Science and Technology*. Edisi kedua. London : Jhon willy dan Son Inc.
- Cannon, P, J., Jerome JR. E, dan Perrcault D, W., 2008. *Pemasaran Dasar: "Basic Marketing"*. Terjemahan oleh: Cahyani, R dan Fitrianti, A.R. Penerbit Salemba Empat, Jakarta, Indonesia. Hal 8-9
- Engel, James et al. 2006. *Consumer behavior*. mason : permissions department, Thomson business and economics
- Erungan, A.C, Purwaningsih, S dan Anita. 2009. Aplikasi karaginan dalam pembuatan skin lotion. *Jurnal Teknologi hasil perikanan Indonesia*. Volume 12(2):128
- Handayani, I. 2016. Hewan yang paling banyak membunuh manusia. Jakarta
- Hendra, A.W., 2008. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan*. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Hutajulu, EP., 2005. Analisis Hubungan Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetika PT. Avon Cabang Solo. Universitas sebelas maret, Surakarta
- Kemenkes. Profil Kesehatan Indonesia tahun 2017. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI; 2018
- Kotler, P., dan Susanto, A.B., 2005. *"Manajemen Pemasaran"*. Edisi sebelas. Indeks, Jakarta
- Kotler, P., 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, P., 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi Milenium. Penerbit Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, P., 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid Kesatu. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K., 2016. *Marketing Management 15 edition*. New Jersey : Pearson
- Kotler, P., Keller, K., dan G. Armstrong, 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Alih Bahasa: Alexander Sindoro. Penerbit Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani, 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Manaf S, Helmiyetti H, Gustiyo E. Efektivitas Minyak Atsiri Daun Kemangi (*Ocimum basilium* L.) sebagai Bahan Aktif Losion Antinyamuk *Aedes aegypti* L. *J Ilm Konserv Hayati*. 2012;8(1):27-32.
- Mursid, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Cetakan 4. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Nugroho, M dan R. Paramita, 2009. *Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang*. *Jurnal EKOBIS* Vol. 2 No. 1. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Peter, J. P. dan Olson, J.C., 2000. *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jilid 2 Edisi ke-4). Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Poltekkes Kemenkes Palembang, 2016. *Panduan akademik*, Palembang
- Rangkuti, Freddy, 2001. *Creating Effective Marketing Plan: "Teknik Membuat Rencana Pemasaran Berdasarkan Customer Values dan Analisa Kasus"*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta, Indonesia. Hal 146-147
- Riyanto, 2010. *Paradigma baru Pembelajaran*. Kencana Prenada Media Group, Surabaya.

- Riyanto, A., 2012. *Penerapan Analisis Multivariat dalam Penelitian Kesehatan*. Penerbit Nuha Medika, Yogyakarta. Halaman 22.
- Robbins, S.P., 2007. *Organizational Behavior*. Edisi 11. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sabri, L., dan Hastono, S.P., 2006. *Statistik Kesehatan*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sakaran,U., 2006.*Metodologi Penelitian untuk bisnis*. Salemba empat,Jakarta.
- Sugiyono, 2010. *Metologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D)*. Alfabeta, Bandung. Hal 128
- Swastha, B., 2009. *Azas-Azas Marketing*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, B., dan Irawan, 2008. *MenejemenPemasaran Modern, CetakanKetujuh*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Tedi., Astuti,RD., dan Taswin, M, 2013. Daya Repelan Sediaan Lotion yang Mengandung Ekstrak Kulit Buah Jeruk Nipis (*Citrus aurantifolia*. Swingle) dan Ekstrak Bunga Kenanga (*Cananga odorata Hook F & Thoms*) Terhadap Nyamuk Culex.Riset pembinaan tenaga kesehatan.
- Undang-Undang No. 14 tahun 2005, pasal 1 ayat 2 .Tentang Guru dan dosen
- Utami, Christina Whidya, 2010. *Manajemen ritel: strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta. Hal 45
- Wahyono,T.Y.M dan Oktarinda, 2016.Penggunaan obat nyamuk dan pencegahan demam berdarah di DKI Jakarta dan Depok. *Jurnal Epidemiologi Kesehatan Indonesia* Vol. 1 No.1. Universitas Indonesia
- Winardi, 2001. *Motivasi & Pemotivasian dalam Manajemen*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wirastuti HA, Marlik. Kemampuan Efektivitas Ekstrak Daun Kenikir (*Cosmos caudatus K*) Dibandingkan dengan Soffell Aroma Kulit Jeruk sebagai Rep ellent terhadap Nyamuk *Aedes aegypti*. *J Penelitian Kesehatan Suara Forikes*. 2016;7(2):81–