

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT MEMBELI SEPEDA MOTOR BEKAS DI PD MAKMUR JAYA MOTOR DI PONTIANAK

Kim Hen

email: ar_s_hen@yahoo.com

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga mempengaruhi minat membeli. Metode penelitian yang dilakukan dengan metode korelasional. Pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan studi dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PD Makmur Jaya Motor di Pontianak. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel seratus responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis data secara kualitatif dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions (SPSS) 22*.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membeli sedangkan variabel keragaman produk (X_2) tidak memiliki pengaruh terhadap minat membeli.

KATA KUNCI: Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Harga, Minat Membeli

PENDAHULUAN

Perkembangan jumlah penduduk yang pesat dan beragamnya aktivitas kerja masyarakat membuat segala aktivitas harus dilakukan secara cepat sehingga dibutuhkan sarana pendukung, seperti transportasi. Transportasi adalah alat untuk memindahkan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin.

Sepeda motor merupakan sarana transportasi yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), pendistribusian *wholesale* motor dari produsen ke main *dealer* pada tahun 2016 tercatat sebanyak 5.931.585 unit motor. *Market Share* sepeda motor di Indonesia dikuasi oleh Honda, kemudian disusul oleh Yamaha, Kawasaki, Suzuki dan TVS.

Sepeda motor merek Honda dan Yamaha bersaing merebut pangsa pasar, sehingga persaingan bisnis menjadi semakin ketat, maka perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dalam mempertahankan setiap bisnisnya. Persaingan bisnis yang ketat, memaksa perusahaan untuk dapat memiliki strategi yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan dan tetap bertahan. Strategi perusahaan yang tepat untuk meningkat

volume penjualan yaitu dengan menciptakan kualitas layanan yang baik terhadap konsumen. Peranan karyawan sangat penting untuk menunjang keberhasilan setiap perusahaan. Karyawan yang memiliki keterampilan menjual, maka karyawan tersebut berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan. Semakin baik kinerja karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen, maka akan menghadirkan minat membeli dari konsumen.

Selain kualitas layanan yang diberikan karyawan kepada konsumen dapat meningkatkan minat membeli, bagi perusahaan ternyata faktor lain seperti dengan menampilkan keberagaman jumlah dan jenis produk yang dijual disuatu tempat juga dapat meningkatkan minat membeli, sehingga konsumen akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut dan konsumen tidak perlu melakukan pembelian ditempat lain.

Seiring dengan terjadinya pasar global, dalam persaingan bisnis perusahaan dituntut agar lebih handal dalam menetapkan harga. Banyak perusahaan mencoba untuk menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba, namun hal ini membuat harga jual produk akan naik. Namun jika perusahaan menetapkan harga yang tinggi maka akan sulit dalam memenangkan persaingan bisnis, sehingga hal ini memaksa perusahaan agar dapat menetapkan harga rendah mungkin, dengan harapan dapat merangsang pertumbuhan pasar dan harga yang rendah memungkinkan dapat menghilangkan semangat pesaing sehingga dapat merebut pangsa pasar.

Peranan kualitas layanan pada perusahaan terhadap konsumen, keragaman produk yang disediakan perusahaan, serta penetapan harga yang tepat diharapkan dapat mempengaruhi minat membeli sehingga meningkatkan volume penjualan. Untuk melihat apakah faktor-faktor tersebut dinilai dapat mempengaruhi minat membeli maka dengan melihat penjualan sepeda motor bekas yang terjual dari tahun ke tahun. Berdasarkan rata-rata volume penjualan PD Makmur Jaya Motor terus mengalami peningkatan tetapi target penjualan mengalami penurunan. Oleh karena itu maka harus diuji, apakah kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga berpengaruh signifikan atau tidak terhadap minat membeli, sehingga perlu dilakukan analisis yang lebih mendalam.

KAJIAN TEORITIS

Pemasaran merupakan suatu kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan bertahan serta untuk mencari laba semaksimal mungkin, dengan cara memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kotler dan Armstrong (2006: 6): “Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.”. Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan.

Menurut Assauri (2015: 15):

“Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Karena kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dari produsen ke konsumen, maka pemasaran menciptakan lapangan kerja yang penting bagi masyarakat. Dengan demikian pemasaran merupakan sektor yang penting dalam pendapatan masyarakat”

Berikut penjelasan mengenai variabel-variabel pada penelitian ini adalah:

Kualitas pelayanan

Menurut Kartajaya (2009: 10): “Layanan adalah pradigma perusahaan untuk menciptakan sebuah value abadi bagi pelanggan melalui produk barang dan jasa.”. Untuk membangun layanan dikenal dengan konsep *Service Quality (ServQual)*. Menurut Kartajaya (2009: 12): “*Service Quality (ServQual)* adalah salah satu konsep layanan perusahaan yang dapat diandalkan untuk bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat.”

Untuk membangun layanan dengan konsep *ServQual*, ada lima elemen yang dikemukakan oleh Kartajaya (2009: 12): *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy* dan *Responsiveness*

Keragaman Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2006: 226): “Produk (*product*) sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.”.

Menurut Kotler dan Keller (2007: 15): Keragaman produk (*product assortment*) adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Menurut Kotler dan Keller (2007: 16): Bauran produk suatu perusahaan memiliki lebar, panjang, kedalaman, dan konsistensi tertentu yaitu:

1. Lebar suatu bauran produk mengacu pada berapa banyak lini produk yang berbeda dimiliki perusahaan tersebut.
2. Kedalaman suatu bauran produk mengacu pada jumlah seluruh barang dalam bauran tersebut.
3. Keluasan suatu bauran produk mengacu pada berapa banyak jenis yang ditawarkan masing-masing produk dalam lini tersebut.
4. Konsistensi suatu bauran produk mengacu pada seberapa erat hubungan berbagai lini produk dalam penggunaan akhir, ketentuan produksi, saluran distribusi, atau hal-hal lainnya.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2006: 345): “Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas sesuatu produk atau jasa, atau sejumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan sesuatu produk atau jasa.

Menurut Wijayanti (2008: 142) dalam Hendra Noky Andrianto dan Idris: menyatakan bahwa harga diukur melalui indikator terjangkau, bersaing, sesuai kualitas, sesuai manfaat dan murah.

Perusahaan cenderung berpikir untuk meningkatkan pangsa pasar, perusahaan akan menurunkan harga, dengan berasumsi pasar akan peka terhadap harga. Menurut Kotler (2002: 521): “Kondisi-kondisi mendukung penetapan harga rendah: (1) pasar sangat peka terhadap harga, dan harga rendah merangsang pertumbuhan pasar; (2) biaya produksi dan distribusi menurun dengan semakin banyaknya pengalaman produksi; dan (3) harga yang rendah menghilangkan semangat pesaing lama maupun potensial.”

Minat Membeli

Minat beli dapat muncul melalui rekomendasi seseorang yang telah melakukan pembelian sebelumnya. Menurut Swastha dan Irawan (2001: 339) dalam Hendra Fure: Minat beli yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat beli merupakan suatu perilaku konsumen yang melandaskan suatu keputusan pembelian yang hendak dilakukan. Menurut Ferdinand (2006: 129) dalam Adji dan Samuel, minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat

diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.

4. Minta eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.”

HIPOTESIS

Hipotesis penelitian ini adalah:

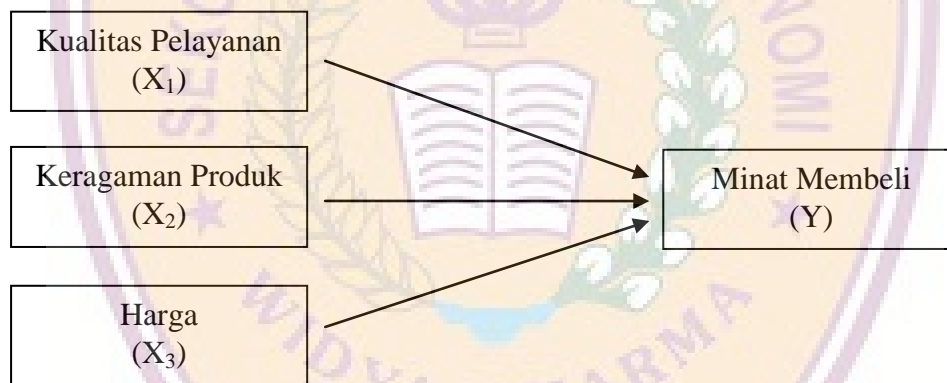
H₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat membeli sepeda motor bekas.

H₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara keragaman produk terhadap minat membeli sepeda motor bekas.

H₃ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat membeli sepeda motor bekas.

Berikut adalah model dalam penelitian ini adalah:

GAMBAR 1.1
MODEL PENELITIAN



METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, bentuk penelitian adalah ini adalah desain penelitian dengan metode korelasional. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan studi dokumentasi. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian sepeda motor bekas di PD Makmur Jaya Motor di Pontianak. Teknik pengampilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *sampling purposive*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan skala likert untuk melihat jawaban-jawaban yang di peroleh dari kuesioner yang disebar. Kemudian analisis deskriptif menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions (SPSS) 22* untuk menguji pengaruh antar variabel.

PEMBAHASAN

Pada penelitian yang dilakukan di PD Makmur Jaya Motor di Pontianak, populasi yang ditentukan oleh peneliti adalah seluruh konsumen PD Makmur Jaya Motor di Pontianak yang melakukan pembelian sepeda motor bekas secara kredit maupun *cash* dengan usia diatas 20 tahun. Dari kuesioner yang disebar, dapat diketahui bahwa pekerjaan responden yang paling dominan muncul adalah karyawan swasta kemudian responden pria lebih dominan dibandingkan dengan responden wanita. Umur responden yang paling dominan muncul adalah para responden yang berumur 41 tahun sampai dengan 50 tahun. Dalam penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan pengujian validitas, reliabilitas, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji F dan uji t

Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk menentukan seberapa valid suatu butir pertanyaan pada variabel yang diteliti. Apabila nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka dinyatakan valid. Penelitian ini menggunakan $r_{tabel} = 0,179$ yang didapatkan dari r_{tabel} , dengan $df=n-2$ pada tingkat signifikansi 0,05 dan n adalah jumlah responden. Pada pengujian ini menunjukkan bahwa seluruh r_{hitung} pada penelitian ini lebih besar dari r_{tabel} yang telah ditentukan yaitu 0,179 maka dikatakan data berinstrumen valid.

Uji reliabilitas

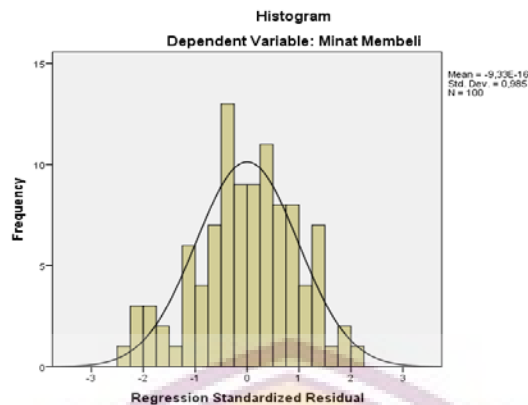
Uji Reliabilitas bertujuan mengetahui konsistensi kuesioner yang digunakan peneliti. Penelitian ini menggunakan $r_{tabel} = 0,179$ yang didapatkan dengan $df=n-2$ pada tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai dari pengujian pada *cronbach's alpha* yang dihasilkan lebih besar dari nilai r_{tabel} , maka data tersebut akan dinyatakan instrumen reliabel. Pada pengujian ini menunjukkan bahwa seluruh r_{hitung} pada penelitian ini lebih besar dari r_{tabel} maka dikatakan data berinstrumen reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas Residual

Pada Gambar 1 adalah hasil pengujian grafik histogram adalah:

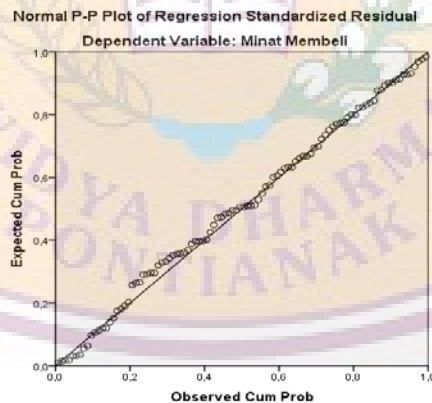
GAMBAR 1
PD MAKMUR JAYA MOTOR DI PONTIANAK
HISTROGRAM NORMALITAS DATA



Sumber: Hasil Spss ver.22, 2017

Berdasarkan pada Gambar 1 merupakan grafik histogram dapat dilihat bahwa kurva tidak terlalu memenceng kekiri dan kekanan serta tidak terlalu meruncing ke atas dan melandai kebawah dan berbentuk gentah sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. Pada Gambar 2 adalah menggunakan pengujian grafik *normal probability plot* adalah:

GAMBAR 2
PD MAKMUR JAYA MOTOR DI PONTIANAK
GRAFIK NORMAL PROBABILITY PLOT



Sumber: Hasil Spss ver.22, 2017

Berdasarkan Gambar 2 pada grafik *normal probability plot* terlihat bahwa titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan berhimpit terletak pada sekitar garis dan menyebar mendekati garis diagonal tersebut. Maka dikatakan bahwa model regresi yang dilakukan peneliti memiliki distribusi data normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian dapat dikatakan tidak multikolinearitas jika nilai *tolerance* lebih dari 0,100 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen dan jika nilai *variance inflation factor (VIF)* lebih kecil dari 10.

Berdasarkan pengujian ini dilihat nilai *Tolerance* untuk masing-masing variabel sebesar 0,364, 0,465 dan 0,356. Nilai *tolerance* tersebut lebih besar dari 0,100 maka dapat diketahui bahwa asumsi multikolinearitas telah terpenuhi. Kemudian berdasarkan perhitungan nilai *variance inflation factor (VIF)* untuk masing-masing variabel sebesar 2,749, 2,152 dan 2,810. Nilai *variance inflation factor (VIF)* tersebut kurang dari 10 maka dapat diketahui pula asumsi multikolinearitas telah terpenuhi.

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan penelitian ini pengujian nilai Sig. hitung lebih besar dari nilai Sig. yang ditentukan yaitu masing-masing sebesar 0,139, 0,322 dan 0,296 > 0,05. Maka hasil pengujian signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis regresi linier berganda

TABEL 1
PD MAKMUR JAYA MOTOR DI PONTIANAK
ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,913	,994		,918	,361		
Kualitas Pelayanan	,131	,028	,426	4,605	,000	,364	2,749
Keragaman Produk	,035	,085	,033	,410	,683	,465	2,152
Harga	,359	,076	,439	4,697	,000	,356	2,810

a. Dependent Variable: Minat Membeli

Sumber: Data olahan, 2017

Berdasarkan Tabel 1 persamaan model regresi linear berganda yaitu : Minat membeli (Y) = 0,913 + 0,131X₁ + 0,035X₂ + 0,359X₃. Jika nilai ketiga koefisien variabel dependen ini dibandingkan, maka harga memiliki pengaruh yang lebih besar jika dibandingkan dengan kualitas pelayanan dan keragaman produk. Jika nilai koefisien variabel dependen dibandingkan lagi dengan nilai signifikansi, maka hanya variabel keragaman produk saja yang tidak memengaruhi minat membeli konsumen.

Koefisien Determinasi (R²)

TABEL 2
PD MAKMUR JAYA MOTOR DI PONTIANAK
HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN DETERMINASI (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 ^a	,702	,693	1,360

a. Predictors: (Constant), Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Membeli

Sumber: Data olahan, 2017

Berdasarkan Tabel 2 Nilai Koefisien Determinasi (R²) yang didapat pada penelitian ini adalah sebesar 0,693. Ini menunjukkan bahwa 69,30 persen minat membeli dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga. Sisa dari nilai Koefisien Determinasi (R²) sebesar 0,307 menunjukkan bahwa hanya sebesar 30,70 persen minat membeli dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji F

TABEL 3
PD MAKMUR JAYA MOTOR DI PONTIANAK
HASIL PENGUJIAN UJI F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	417,900	3	139,300	75,344	,000 ^b
	Residual	177,490	96	1,849		
	Total	595,390	99			

a. Dependent Variable: Minat Membeli

b. Predictors: (Constant), Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data olahan, 2017

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa F hitung diperoleh nilai sebesar 75,334. Dengan tingkat kesalahan $\alpha=0,05$ maka F Tabel sebesar 2,700. Sehingga dikatakan bahwa F hitung lebih besar daripada F Tabel yaitu $75,335 > 2,700$. Hal ini menunjukkan variabel independen secara keseluruhan memiliki pengaruh dalam membentuk variabel dependen. Jika dilihat Sig. dari hasil uji simultan F adalah 0,000^b yang lebih kecil dari α sebesar 0,050. Sehingga perbandingan ini dikatakan bahwa keputusan penelitian ini adalah menolak H₀ dan menerima H_a.

Uji t

TABEL 4
PD MAKMUR JAYA MOTOR DI PONTIANAK
HASIL PENGUJIAN UJI t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,913	,994		,918	,361		
Kualitas Pelayanan	,131	,028	,426	4,605	,000	,364	2,749
Keragaman Produk	,035	,085	,033	,410	,683	,465	2,152
Harga	,359	,076	,439	4,697	,000	,356	2,810

a. Dependent Variable: Minat Membeli

Sumber: Data olahan, 2017

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan nilai uji t pada variabel independen. Pada variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki t hitung lebih besar daripada t hitung yaitu sebesar 4,605 dan 4,697 > 1,661 dengan tingkat signifikansi t hitung sebesar 0,000 dan 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel minat membeli dan menerima hipotesis H_a. Namun pada variabel keragaman produk menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel adalah sebesar 0,410 < 1,661 dengan tingkat signifikansi t hitung 0,683 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel keragaman produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel minat membeli dan menolak hipotesis H_a.

PENUTUPAN

Kesimpulan

1. Dengan melihat hasil dari Uji F dapat disimpulkan bahwa, di mana hasil pengujian F, nilai F_{hitung} yang lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $75,334 > 2,700$ dan juga nilai signifikansi lebih kecil dari pada nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu $0,000^b < 0,05$. Berdasarkan kriteria ini berarti bahwa model regresi yang dibangun yaitu kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan merupakan model yang layak.
2. Dengan melihat hasil dari Uji t, dimana hasil analisis Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh independen terhadap dependen adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat beli karena t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,605 > 1,661$ dan tingkat signifikan lebih kecil yaitu $0,007 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin besar minat beli konsumen.
- b. Keragaman produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat beli karena t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0,410 < 1,661$ dan tingkat signifikan lebih besar yaitu $0,683 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel keragaman produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel minat membeli. Variabel keragaman produk tidak memiliki pengaruh terhadap minat membeli dikarenakan pada umumnya konsumen lebih menyukai sepeda motor merek Yamaha dan Honda sehingga merek lain kurang diminati oleh konsumen.
- c. Harga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat beli karena t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,697 > 1,661$ dan tingkat signifikan lebih kecil yaitu $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin murah harga yang diberikan kepada konsumen maka semakin besar minat beli konsumen.

Saran-saran

1. PD Makmur Jaya Motor di Pontianak harus tetap mempertahankan konsumen dengan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan cepat menanggapi setiap keluhan konsumen akan membuat konsumen merasa puas. PD Makmur Jaya Motor di Pontianak juga harus mempertahankan konsumen dengan membebaskan harga yang lebih terjangkau kepada konsumen dan tetap mengutamakan kualitas sepeda motor yang baik. Kualitas sepeda motor yang baik akan membuat konsumen yakin dengan pilihannya untuk membeli sepeda motor di showroom ini dan konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain.
2. PD Makmur Jaya Motor di Pontianak harus memperhatikan keragaman sepeda motor yang ditawarkan kepada konsumen, karena berdasarkan penelitian ini

keragaman produk tidak memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Dengan meningkatkan pilihan sepeda motor yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, akan membuat konsumen yang datang ke *showroom* tidak merasa kecewa dan konsumen akan puas dengan beragamnya pilihan sepeda motor.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Hendra Noky., dan Idris. 2013. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang." *Diponegoro Journal Of Management*, vol. 2,no.3, hal. 1-10.
- Adji, Jennifer., Hatane Semuel. 2014. "Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Membeli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Square Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* vol. 2, no. 1, hal. 1-10
- Assauri, Sofjan. 2015. *Menejemen Pemasaran.(Dasar, Konsep, dan Strateg)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Fure, Hendra. "Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca." *Jurnal EMBA* vol. 1 No. 3 September 2013, hal 273-283
- Kartajaya, Hermawan. 2009. *The official MIM Acedemy Coursebook Service Operation*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2006. *Prinsip-prinsip pemasaran*, edisi ke dua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, edisi ke dua belas, jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium 2. Jakarta: PT Prenhallindo.