



# PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KENYAMANAN PEMAKAIAAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN HELM KYT DI JAKARTA UTARA

ADAM, MUHAMAD WILLY  
SIMAMORA, BILSON

Program Studi Manajemen Pemasaran  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## Abstract

*There are various types of helmets with different diversity, comfort and prices. What we want to know is how these factors influence the buying interest of KYT helmet consumers in North Jakarta. The variables in this study are divided into two types, namely independent and dependent variables. The independent variable in this study is product diversity, the combination of use and price, while the dependent variable in this study is consumer buying interest. The data are collected using questionnaires to 100 respondents who had used the KYT helmet. This research utilized non-probability sampling with judgment sampling technique. The conclusion of this study is that variables that consider use and price are proven to affect consumer purchase interest, while product diversity does not affect consumer purchase interest in accordance with the theory and previous research.*

*Keywords: Product Diversity, Usage Compatibility, Price and Consumer Purchase Interest*

## Abstrak

Terdapat berbagai jenis helm dengan keragaman, kenyamanan dan harga yang berbeda - beda. Yang ingin diketahui adalah bagaimana pengaruh faktor – faktor tersebut pada minat beli konsumen helm KYT di Jakarta Utara. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah keragaman produk, kenyamanan pemakaian dan harga, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 sampel yang pernah menggunakan helm KYT. Penarikan sampel *non probability* dengan teknik *judgement sampling*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel kenyamanan pemakaian dan harga terbukti mempengaruhi minat beli konsumen, sedangkan keragaman produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Kenyamanan Pemakaian, Harga dan Minat Beli Konsumen



## PENDAHULUAN

Beberapa tahun belakangan ini persaingan antara merek helm semakin ketat. Persaingan ini ditandai dengan adanya peningkatan kualitas produk melalui inovasi-inovasi baru dalam pembuatan helm oleh masing-masing produsen, seperti bentuk model, warna, motif, hingga fitur-fitur tambahan pada helm, dan penggunaan berbagai saluran media untuk mempromosikan produk dan inovasi mereka, salah satunya dalam bentuk iklan. Para pelaku industri helm juga optimis bahwa tingginya kesadaran masyarakat akan keselamatan dan kenyamanan dalam berkendara membawa dampak positif terhadap permintaan akan produk helm.

Berbagai jenis helm yang beragam bentuk mulai dari helm half face, cross dan full face yang telah dibuat oleh KYT. Beragam alasan dinyatakan seseorang dalam pemakaian produk helm KYT.

PT Tarakusuma Indah asal Indonesia yang sekarang ini telah memproduksi helm dengan berbagai merek yaitu helm motor Ink, KYT, MDS, BMC dan HIU. Produk helm merek KYT berhasil masuk ke dalam TOP Brand Award sejak tahun 2015 hingga tahun 2019.

## KAJIAN PUSTAKA

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:248), Produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan dalam pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi, yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:258) keragaman produk yaitu bauran produk atau keragaman produk sebagai kumpulan semua produk dan

barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu.

Menurut Sari, N & Setiyowati, S (2017) terdapat beberapa indikator pada keragaman produk:

1. Ukuran Produk
2. Jenis Produk
3. Bahan Produk
4. Desain Produk
5. Kualitas Produk

Menurut Nugroho, WA & Hidayat, R (2017) Kenyamanan pemakaian adalah penilaian atau perasaan individu terhadap suatu produk. Tingkat kenyamanan suatu produk didasarkan dari perasaan paling nyaman sampai perasaan tidak nyaman yang dinilai dari persepsi individu.

Menurut pengertian dari Nugroho, WA & Hidayat, R (2017) penulis menyimpulkan bahwa indikator kenyamanan pemakaian sebagai berikut:

1. Fungsional
2. Social Risk

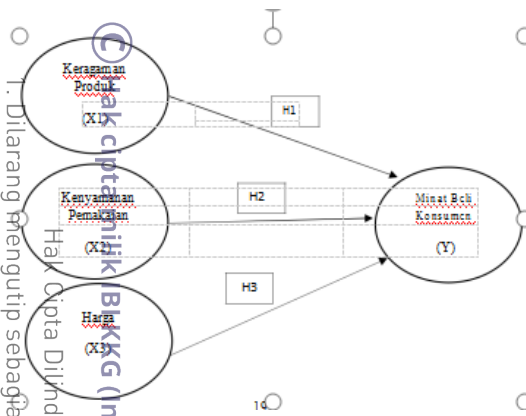
Menurut Kotler dan Keller (2016:483) harga adalah salah satu elemen dari *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan dan diikuti oleh elemen lainnya yang menghasilkan biaya. Harga juga mengomunikasikan posisi nilai yang ditunjukkan oleh perusahaan dari produk atau merek.

Menurut Kotler dan Keller (2016:492), menjelaskan ada empat ukuran dari dimensi harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk,
3. Kesesuaian harga dengan manfaat,
4. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga.



## Diagram Kerangka Pemikiran:



Berdasarkan kerangka teori, maka penulis menyusun hipotesis berikut:

- Keragaman Produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen.
- Kenyamanan pemakaian berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen.
- Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen.

## METODE PENELITIAN

Menurut Umar (2019:6) Desain Penelitian Berdasarkan pengertian diatas kesimpulannya, desain penelitian adalah suatu teknik pengumpulan analisis data yang secara struktur mengenai hubungan antar variable secara komprehensif. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data.

Teknik pengambilan sampel ini, yaitu populasi konsumen Helm KYT yang berada di daerah Jakarta Utara.

### Teknik Analisis Data

Menurut Ghazali (2016:52), Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas untuk

mengetahui apakah item pertanyaan kuesioner dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Pernyataan dikatakan valid apabila nilai *Corrected Total-Item Correlation* > 0,361. Apabila item pernyataan yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki.

Menurut Ghazali (2016:47), Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana kuatnya korelasi butir-butir dalam kuesioner.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- Repeated Measure* atau pengukuran ulang: disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- One Shot* atau pengukuran sekali saja: disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70

## Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2016:19), Statistik Deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi).

Berikut pengukurannya :



### Rata-Rata hitung (*mean*)

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Rumus rata-rata hitung populasi adalah :

$$X = \frac{\sum fi \cdot xi}{fi}$$

Keterangan:

X = rata-rata skor

Fi = frekuensi pengamatan

Xi = skor 1-2-3-4-5

### Rentang Skala

Rumus yang digunakan adalah:

$$Range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan:

m : Rata-rata nilai tertinggi

p : Rata-rata nilai terendah

b : Jumlah kelas/banyaknya kategori

### Tabel Rentang Nilai

Rentang Nilai	Kinerja
1,00-1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81-2,60	Tidak Setuju
2,61-3,40	Cukup Setuju
3,41-4,20	Setuju
4,21-5,00	Sangat Setuju

### Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghazali (2016:154), Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa Uji t dan Uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji statistik yang dapat digunakan

untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

Menurut Ghazali (2016:134), Tujuan uji Heteroskedastisitas ini ialah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Untuk melakukan uji ini ada beberapa metode lain dengan cara uji Scatterplot. Jika angka probabilitas < 0,05 maka model regresi mengandung masalah Heteroskedastisitas. Sebaliknya, bila angka probabilitas > 0,05 maka model regresi tidak mengandung masalah Heteroskedastisitas.

Ho : tidak terdapat heteroskedastisitas

Ha : terdapat heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016:105), Tujuan Uji Multikolonieritas ialah menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

1. Jika VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 tidak terdapat Multikolonieritas.
2. Jika VID > 10 dan Tolerance < 0,1 terdapat Multikolonieritas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Model Persamaan Regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$



Dimana Y = Kepuasan Konsumen

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Kualitas Layanan

$\beta_1$  = Koefisien  $X_1$

$\beta_2$  = Koefisien  $X_2$

$\epsilon$  = Error

Menurut Imam Ghozali (2016:96) Kesesuaian Model Uji F, Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi tersebut dapat digunakan atau tidak. Adapun hipotesis nol dan hipotesis alternatif adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$

$H_a$  : Paling sedikit ada satu  $\beta_i \neq 0$

$i = 1,2$

Apabila nilai sig. F < 0,05 maka tolak  $H_0$ , yang menunjukkan model regresi dapat digunakan.

Pengujian hipotesis penelitian uji t digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis nol dan hipotesis alternatif adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_i = 0$

$H_a: \beta_i > 0$ , Dimana  $i = 1,2$

Apabila nilai sig. t < 0.05 maka tolak  $H_0$ , yang menunjukkan bahwa variabel bebas terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Menurut Ghozali (2016:95), Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen yang dapat diketahui dalam SPSS pada tabel *model summary* dalam kolom  $R^2$ . Nilai  $R^2$  berada diantara 0 hingga 1. Jika nilai  $R^2$  mendekati 1, maka semakin baik dan variabel independen dapat memberikan

hampir semua informasi untuk menjelaskan variabel dependen.

### Hasil dan Pembahasan

No	Variabel Keragaman Produk	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Ragam Produk 1	0.694	0,361	Valid
2	Ragam Produk 2	0.591	0,361	Valid
3	Ragam Produk 3	0.570	0,361	Valid
4	Ragam Produk 4	0.765	0,361	Valid
5	Ragam Produk 5	0.652	0,361	Valid

Hasil Uji Validitas yang kemudian dibandingkan dengan r tabel (0,361) (r hitung > r tabel), maka hasil Uji Validitas dari 5 indikator pertanyaan Keragaman Produk disimpulkan telah valid semua dan dapat dimasukkan sebagai butir-butir pertanyaan dalam kuesioner.

No	Variabel Kenyamanan Pemakaian	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kenyamanan Pemakaian 1	0.680	0,361	Valid
2	Kenyamanan Pemakaian 2	0.823	0,361	Valid
3	Kenyamanan Pemakaian 3	0.677	0,361	Valid
4	Kenyamanan Pemakaian 4	0.393	0,361	Valid

Hasil Uji Validitas yang kemudian dibandingkan dengan r tabel (0,361) (r hitung > r tabel), maka hasil Uji Validitas dari 4 indikator pertanyaan Kenyamanan Pemakaian disimpulkan telah valid semua dan dapat dimasukkan sebagai butir-butir pertanyaan dalam kuesioner.

No	Variabel Harga	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Harga 1	0.562	0,361	Valid
2	Harga 2	0.716	0,361	Valid
3	Harga 3	0.589	0,361	Valid
4	Harga 4	0.712	0,361	Valid

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penulis untuk memperbanyak atau mempostingnya di media sosial atau website lainnya. Penulis bertanggung jawab atas kesalahan yang terdapat dalam artikel ini.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil Uji Validitas yang kemudian dibandingkan dengan r tabel (0,361) ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ), maka hasil Uji Validitas dari 4 indikator pertanyaan Harga disimpulkan telah valid semua dan dapat dimasukkan sebagai butir-butir pertanyaan dalam kuesioner.

No	Variabel Minat Beli Konsumen	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Minat Beli Konsumen 1	0.522	0,361	Valid
2	Minat Beli Konsumen 2	0.758	0,361	Valid
3	Minat Beli Konsumen 3	0.688	0,361	Valid
4	Minat Beli Konsumen 4	0.634	0,361	Valid

Hasil Uji Validitas yang kemudian dibandingkan dengan r tabel (0,361) ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ), maka hasil Uji Validitas dari 4 indikator pertanyaan Minat Beli Konsumen disimpulkan telah valid semua dan dapat dimasukkan sebagai butir-butir pertanyaan dalam kuesioner.

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Keragaman Produk	0.734	Reliabel
Kenyamanan Produk	0.746	Reliabel
Harga	0.758	Reliabel
Minat Beli	0.796	Reliabel

Hasil Uji Reliabilitas variabel penelitian diperoleh *Cronbach's Alpha* untuk Keragaman Produk adalah 0,734, Kenyamanan Produk sebesar 0.746, Harga sebesar 0.758 dan Variabel Minat Beli sebesar 0.796. Keempat variabel tersebut memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.7. Dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut reliabel.

Nilai	Asymp.Sig (2-tailed)	Keterangan
1,089	0,187	Data berdistribusi normal

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan atau Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0.187, karena nilai lebih besar dari 0.05 ( $0,187 > 0.05$ ) berarti data berdistribusi normal.

Variabel	Variabel	Nilai t	Sig	Keterangan
Dependent	Independent			
Nilai residual	Keragaman	0,493	0,623	Tidak terjadi Heterokedastisitas
absolute	Kenyamanan	-1,078	0,284	Tidak terjadi Heterokedastisitas
	Harga	0,747	0,457	Tidak terjadi Heterokedastisitas

Hasil uji Heteroskedastisitas (uji glejser) diperoleh nilai Sig. Dari variabel Keragaman Produk (sig. 0,623), Kenyamanan Pemakaian (Sig. 0,284) dan Harga (Sig. 0,457). Dimana apabila semua nilai Sig. variabel diatas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi Heterokedastisitas dalam model regresi ini.

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Keragaman	0,765	1,308	Tidak terjadi multikolinearitas
Kenyamanan	0,690	1,450	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga	0,650	1,538	Tidak terjadi multikolinearitas

Pengujian Multikolinieritas diketahui VIF dari setiap variabel independen. Dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas apabila



nilai VIF < 10 dan tolerance > 0,1. Maka dari tabel 4.19 dapat disimpulkan yaitu VIF keragaman sebesar 1,308 < 10 dan tolerance 0,765 > 0,1, VIF kenyamanan sebesar 1,450 < 10 dan tolerance 0,690 > 0,1 dan VIF Harga sebesar 1,538 < 10 dan tolerance 0,650 > 0,1. Atas hasil uji tersebut dapat dinyatakan semua variabel independen tidak terjadi multikolinieritas.

Sig.	Keterangan
0,000	Model Uji F layak digunakan dalam penelitian

Diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 76,277 dan nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi diatas dapat digunakan untuk memprediksi Y (Minat Beli Konsumen) atau dapat dikatakan bahwa Keragaman Produk, Kenyamanan Pemakaian, dan Harga dapat digunakan untuk memprediksi Minat Beli Konsumen

Variabel	Unstandardized Coefficient	T	Sig/2
Keragaman	0.043	0,736	0,232
Kenyamanan	0.798	10,472	0,000
Harga	0.242	2,790	0,003

**(1) Uji untuk hipotesis 1 : Keragaman Produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen**

Dari hasil pengujian yang diperoleh dengan SPSS diketahui bahwa nilai Sig. untuk pengaruh Keragaman Produk (X1) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) adalah sebesar 0,232 > 0,05 dan nilai t hitung 0,736 < t tabel 1,987 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Keragaman Produk tidak berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.

**(2) Uji untuk hipotesis 2 :Kenyamanan Pemakaian berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen**

Dari hasil pengujian yang diperoleh dengan SPSS diketahui

bahwa nilai Sig. untuk pengaruh Kenyamanan (X2) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 10,472 > t tabel 1,987 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kenyamanan Pemakaian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli Konsumen.

**(3) Uji untuk hipotesis 3 : Variabel Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen**

Dari hasil pengujian yang diperoleh dengan SPSS diketahui bahwa nilai Sig. untuk pengaruh Harga (X3) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) adalah sebesar 0,003 < 0,05 dan t hitung 2,790 > t tabel 1.987 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.

**4. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Adjusted R Square
Minat Beli Konsumen	Keragaman Produk	0,695
	Kenyamanan Pemakaian	
	Harga	

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa korelasi antara variasi variabel dependen (Minat Beli Konsumen) antara keragaman, kenyamanan dan harga memiliki Koefisien Determinasi Adjusted R Square sebesar 0,695 yang berarti variabel Minat Beli Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen (Keragaman, kenyamanan dan harga) adalah sebesar 69,5%, sedangkan angka sisanya (100% - 69,5% = 30,5%) , dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini. Faktor lainnya adalah promosi serta citra merek dari produk helm tersebut.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Copyright © 2020 Kwik Kian Gie (Insani Berkualitas, Berprestasi dan Berkeadilan) tanpa mencantumkan dan menyebarkan sumber.



## SIMPULAN DAN SARAN

### SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Keragaman produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen helm KYT di Jakarta Utara.
2. Kenyamanan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen helm KYT di Jakarta Utara.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen helm KYT di Jakarta Utara.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Helm KYT

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan Kenyamanan pemakaian serta Harga dapat mempengaruhi Minat beli konsumen. Akan tetapi, salah satu elemen pada kenyamanan pemakaian yaitu apabila helm tersebut ditinggalkan ditempat parkir, banyak konsumen yang masih mengeluh bahwa helmnya gampang dicuri oleh orang lain. Saran dari penulis untuk perusahaan adalah dengan menambahkan kunci ganda berupa kode angka atau yang lainnya. Selain itu, untuk lebih meningkatkan minat beli konsumen terhadap helm KYT diperlukan perhitungan harga yang optimum dan survey berkala

untuk lebih memudahkan konsumen membeli helm KYT.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel lain atau faktor lain seperti Citra merek dan promosi. Hal ini karena masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi dari minat beli konsumen seperti dijelaskan pada bab 1. Selain itu, ada baiknya penelitian ini menggunakan subjek penelitian serta lokasi yang lebih luas.

### Daftar Pustaka

- Arifin, Endro dan Fachrodji, Achmad (2015), 'Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan', Jurnal Mix, Volume V, No.1, Diakses Februari 2015, <https://mix.mercubuana.ac.id/publications/153082/pengaruh-persepsi-kualitas-produk-citra-merek-dan-promosi-terhadap-minat-beli-ko>
- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (2019, 17 November). Diakses melalui <http://www.aisi.or.id/statistic/>
- Daftar Harga Helm KYT Semua Tipe Terbaru 2020 (2019, 15 Desember). Diakses melalui <https://www.kotakhelm.com/2018/10/harga-helm-kyt.html>
- Fure, Hendra (2013), 'Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca', Jurnal





Emba, Vol.1 No.3, Diakses September 2013,

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/2023/1609>

Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Cetakan 8, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Terjemahan Bob Sabran, M.M, Edisi 12, Jilid 1, Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi 15, USA:Pearson.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, USA:Pearson.

Nugroho, Wisnu Adhi dan Hidayat, Rahmat (2017), 'Pengaruh Kenyamanan dan Kepercayaan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan', e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.3, Diakses Desember 2017, <https://docplayer.info/72213453-Pengaruh-kenyamanan-dan-kepercayaan-produk-terhadap-loyalitas-pelanggan-studi-pada-konsumen-go-jek-di-bandung-tahun-2017.html>

Raharjo, Sahid. (2014-2019). Uji Asumsi Klasik (Blog). Diakses melalui. <https://www.spssindonesia.com/search/label/Uji%20Asumsi%20Klasik?m=1>

Reynaldi. (2020, 25 Desember). Uji Koefisien Determinasi [Blog Post]. Diakses melalui <http://rendhart.blogspot.com/2015/11/uji-koefisien-determinasi-r-kuadrat-r2.html?m=1>.

Rosita, Rahmi (2016), 'Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk,

Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Lotte Mart Bekasi Junction', Jurnal Ilmiah Widya Ekonomika, Volume 1 Nomor 2, Diakses 2 November 2016 <http://ejournal.jurwidyakop3.com/index.php/ekonomika/article/view/264/239>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.