

**PENGARUH KUALITAS PRODUK , KUALITAS PELAYANAN DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
BENGKEL DUA PUTRA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri



Oleh :

M. Zainal Abidin 2112010195

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

Skripsi Oleh :

M. ZAINAL ABIDIN
NPM : 2112010195

Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
BENGKEL DUA PUTRA**

Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

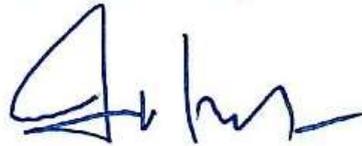
Tanggal :

Dosen Pembimbing I



Dian Kusumaningtiyas, S.E., M.M
NIDN. 0703108302

Dosen Pembimbing II



Sigit Ratnanto, S.T, M.M
NIDN. 0706067004

Skripsi Oleh :

M.ZAINAL ABIDIN
NPM : 2112010195

Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
BENGKEL DUA PUTRA**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis U niversitas Nusantara PGRI Kediri
Pada Tanggal : 07 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dian Kusumaningtiyas, S.E, M.M
2. Penguji I : Sigit Ratnanto, S.T, M.M
3. Penguji II : Poniran Yudho Leksono, S.E, S.Pi, M.M



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Fohari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : M. Zainal Abidin
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 27 Oktober 2000
NPM : 211210195
Fakultas : Ekonomi dan Binis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 07 Juli 2025
Yang Menyatakan



The image shows a 1000 Rupiah postage stamp from Indonesia. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METERAL TEMPEL'. The serial number '895AMX358414769' is visible at the bottom. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

M.Zainal Abidin
NPM : 211210195

MOTTO

*Tangguh di setiap perbaikan
Terpercaya di setiap perjalanan*

Kupersembahkan karya ini buat:
Seluruh keluargaku tercinta.

RINGKASAN

M. Zainal Abidin : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bengkel Dua Putra, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2025.

Kata kunci: kualitas produk , pelayanan , *word of mouth* , minat beli konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk , kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap minat beli konsumen pada Bengkel Dua Putra. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 40 responden yang merupakan pelanggan di Bengkel Dua Putra. Hasil penelitian ini adalah Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Bengkel Motor Dua Putra. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen Bengkel Motor Dua Putra. *Word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen pada Bengkel Dua Putra. Secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Bengkel Motor Dua Putra.

PRAKATA

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas perkenannya tugas penyusunan proposal ini dapat di selesaikan. penyusunan proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
3. Ibu Restin Meilina, M.M selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
4. Ibu Dian Kusumaningtyas, S.E., M.M selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan proposal.
5. Bapak Sigit Ratnanto, S.T, M.M selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan proposal.
6. Orang tua, keluarga, dan teman-teman yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis, baik dari sisi moril maupun materiel.

Disadari bahwa proposal ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 07 Juli 2025



M.Zainal Abidin
NPM : 211210195

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Pernyataan.....	iv
Motto.....	v
Ringkasan.....	vi
Prakata.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
Bab I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
Bab II Landasan Teori.....	6
A. Teori Variabel Minat Beli	6
B. Teori Variabel Kualitas Produk.....	10
C. Teori Variabel Kualitas Pelayanan.....	14
D. Teori Variabel <i>Word Of Mouth</i>	16
E. Kerangka Berfikir.....	20
F. Hipotesis Penelitian.....	23
Bab III Metode Penelitian	24
A. Metode Penelitian.....	24
B. Bahan Penelitian.....	24

C. Populasi Dan Sampel	25
D. Tempat Dan Waktu Penelitian	26
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Teknik Analisa Data	27
Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan	33
A. Hasil Penelitian	33
B. Pembahasan	45
Bab V Penutup	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	48
Daftar Pustaka	50
Lampiran	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Minat Beli.....	9
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	28
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	29
Tabel 3. 3 Hasil Validitas Variabel Word Of Mouth.....	29
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen.....	29
Tabel 4. 1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4. 2 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 3 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi.....	35
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Kualitas Produk.....	36
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Kualitas Produk.....	38
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Word Of Mouth.....	40
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Minat Beli Konsumen ..	41
Tabel 4. 8 Tabel Klasifikasi.....	43
Tabel 4. 9 Hasil SPSS Uji T.....	43
Tabel 4. 10 Hasil SPSS Uji F.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	22
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	53
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	54
Lampiran 3 Tabel Hasil Kuisisioner	59
Lampiran 4 Tabel Karakteristik Responden.....	61
Lampiran 5 Tabel Uji Validitas	62
Lampiran 6 Tabel Uji T dan Uji F	64
Lampiran 7 Absensi Bimbingan.....	65

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia Jumlah penduduk semakin meningkat, hal ini membuat Indonesia menjadi suatu pasar yang berpotensi besar bagi industri transportasi. Menurut Puji (2023) Sepeda motor termasuk kendaraan yang murah, dan banyaknya penawaran kredit yang ditawarkan oleh dealer sepeda motor menjadikannya lebih mudah bagi peminat sepeda motor untuk mendapatkan kendaraan beroda dua yang mereka inginkan. Menurut Gultom (2024) Sepeda motor menjadi alat transportasi yang sangat banyak dijumpai, tingginya peminat transportasi tersebut membuat perusahaan baru muncul dibidang jasa dan penjualan Sparepart. Sepeda motor bukan hanya kendaraan yang praktis dan lincah, tetapi juga lebih hemat bahan bakar daripada mobil. Sepeda motor menjadi kendaraan yang paling diminati oleh masyarakat, bisa jadi hal itu terjadi karena sepeda motor merupakan kendaraan kelas menengah, tidak tradisional seperti sepeda dan tidak terlalu mahal seperti mobil. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna sepeda motor tertinggi di Dunia, persentase pengguna sepeda motor di Indonesia adalah 83% dengan jumlah mencapai 164,1 juta unit pada Agustus 2024.

Menurut Andini (2018) Ban sepeda motor adalah salah satu komponen utama yang harus ada pada sepeda motor karena bersentuhan langsung dengan jalanan atau bisa dikatakan sebagai alas kaki motor. Ban sangat penting guna mengurangi getaran yang disebabkan permukaan jalan ketika sepeda motor sedang melaju. Ban menjadi bagian yang sangat penting dalam konstruksi sepeda motor karena mempengaruhi kinerja, stabilitas, *handling*, traksi, grip, dan efisiensi bahan bakar. Pemilihan ban yang tepat dan berkualitas sangat penting untuk menjaga efisiensi bahan bakar, kenyamanan, keamanan, dan performa yang baik saat berkendara. Adapun jenis - jenis Ban dalam Sepeda Motor yaitu Swallow, Aspira, IRC, Maxxim, dll.

Menurut Titi (2022) Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum membuat keputusan untuk membeli. Menurut Zaen (2021) Adanya minat beli konsumen disebabkan karena ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk, dan ingin membeli, mencoba, menggunakan, atau memiliki produk tersebut. Dalam keputusan membeli barang, konsumen sering kali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya. Minat beli konsumen merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap suatu produk. Konsumen yang mempunyai minat untuk membeli suatu produk menunjukkan adanya perhatian dan rasa senang terhadap produk yang kemudian diikuti dengan realisasi yang berupa perilaku pembeli. Berdasarkan konsep di atas, minat beli konsumen merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk untuk mengonsumsi karena adanya rasa senang, dan beberapa faktor lainnya terhadap produk berdasarkan pada pengamatan dan pembelajaran terhadap suatu produk. Hal ini sangat perlu diperhatikan oleh parapengusaha, pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat pembelian yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth*.

Menurut Fornandes (2020) Konsumen menginginkan produk dengan kualitas terbaik saat membeli barang atau jasa. Menurut Imroatun (2019) Kualitas produk adalah atribut dan fitur barang atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Konsumen pasti tidak akan membeli barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan. Produk yang mempunyai kualitas baik, seperti handal, memiliki karakteristik yang berbeda, serta memiliki spesifikasi yang sesuai dengan keinginan konsumen akan membuat konsumen merasa puas dan tertarik, maka tinggi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Idrus, (2021) Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan. . Menurut Gultom (2024) Kualitas pelayanan adalah perbandingan pelanggan antara perkiraannya tentang pelayanan dan persepsinya atas pelayanan yang didapat. Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen menginginkan pelayanan atau service yang terbaik.

Menurut Aries (2018) *Word Of Mouth* ialah komunikasi pribadi mengenai sebuah produk antara calon konsumen, tetangga, teman, keluarga, serta rekan kerja. Menurut Eva (2020) Dengan adanya *Word Of Mouth*, konsumen akan lebih mudah tertarik untuk mencoba dan membuktikannya sendiri sehingga dapat meningkatkan pembelian produk. Masyarakat Indonesia gemar berkumpul dan bercerita tentang hal-hal yang disukai, sehingga dapat menimbulkan rangsangan dan rasa penasaran terhadap calon konsumen untuk mencari informasi produk atau bahkan membeli produk yang dibicarakan.

Bengkel Dua Putra merupakan salah satu usaha di bidang jasa dan produk sparepart motor di Kediri. Produk utama di Bengkel Dua Putra adalah ban Aspira. Dalam upaya pengembangan dan peningkatan minat beli konsumen , laba atau pendapatan di Bengkel Dua Putra maka melalui riset ini akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bengkel Dua Putra”. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan observasi.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah diatas, maka peneliti memfokuskan pada 3 variabel bebas (X) yaitu Kualitas Produk (X1) , Kualitas Pelayanan (X2) , *Word Of Mouth* (X3) . Dan 1 variabel terikat (Y) yaitu Minat Beli Konsumen. Serta tempat penelitian yang akan dibatasi hanya pada pelanggan Bengkel Dua Putra di Blabak Kediri.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi minat beli konsumen pada Bengkel Dua Putra Blabak Kediri?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli konsumen pada Bengkel Dua Putra Blabak Kediri?
3. Apakah *word of mouth* mempengaruhi minat beli konsumen pada Bengkel Dua Putra Blabak Kediri?
4. Apakah kualitas produk , kualitas pelayanan dan *word of mouth* mempengaruhi minat beli konsumen pada Bengkel Dua Putra Blabak Kediri?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Bengkel Dua Putra Blabak Kediri.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Bengkel Dua Putra Blabak Kediri.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli konsumen pada Bengkel Dua putra Blabak Kediri.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk , kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap minat beli konsumen pada Bengkel Dua putra Blabak Kediri

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dan konsep-konsep manajemen bisnis yang diperoleh selama perkuliahan khususnya mengenai pengaruh kualitas peroduk dan pelayanan terhadap

minat beli konsumen sehingga dapat menjadi sebuah referensi bacaan bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian untuk dijadikan sebagai bahan masukan bagi Bengkel Dua Putra di Blabak Kediri agar lebih meningkatkan kualitas produk , pelayanan dan memperluas *word of mouth* agar mampu meningkatkan minat dan keputusan pembelian bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, A., Ariyanti Lestari, G., & Mawaddah, I. (2018). Penerapan Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Ban Sepeda Motor Honda Dengan Metode Multi Objective Optimization On The Basic Of Ratio Analysis (Moora). *In Jurikom (Vol. 5, Issue 1)*.
[Http://Ejurnal.Stmik/Budidarma.Ac.Id/Index.Php/Jurikom](http://Ejurnal.Stmik/Budidarma.Ac.Id/Index.Php/Jurikom).
- Aries Muhammad (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Make Up Artist Yang Membeli Dan Menggunakan Produk Kryolan Di Kabupaten Bojonegoro). *Skripsi*. 1-87.
- Arikunto S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ermawati E., Riza P. & Irham P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI Vol. 2 No. 1 Tahun 2020*.
- Fauzy N., N.E. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk “Le Minerale”. *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan Volume 20, Nomor 02, November 2020. Halaman 266-284 P-ISSN: 1412-2669; E-ISSN: 2549-4244*.
- Firdaus Afdillah (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong Pt. Efa Artha Utama). *Jom Fisip Vol. 4 No. 1*.
- Gultom P., M. A. A. V. R. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ban Motor Merek Fdr Di Pt. Masterban Berkat Indonesia. *Outline Journal Of Management And Accounting , E-Issn : 2962-3650, 1–13*.
- Harahap Khairunniyar (2023). Pengaruh Implementasi Harga, Word Of Mouth Dan Citra Perusahaan Dalam Keputusan Pembeli Di Cfc Rantauprapat. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi) E-ISSN: 2579-5635, P-ISSN: 2460-5891 Volume 9 (3) Juni Tahun 2023, Hal 660 – 670*.
- Kurniawan Y., D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593*.

- Laia Titi A. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Ud. Mitra Kecamatan Amandraya Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan, Vol. 5, Nomor 1*, 1–12.
- Lestari Puji. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Cv. Gowata Sakti Motor. *Tugas Akhir Mahasiswa*, 1–133.
- Marlena Eka. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*.1-102.
- Musafaqoh Imroatun (2019). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Butiq Qolsa 15.A Iring Mulyo Kota Metro. *Skripsi*. 1-94.
- Nandalesti, Mardiana And Kusumaningtyas, Dian And Sasongko, M. Zuhdi (2022) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Perjaka Motor Kabupaten Kediri. Undergraduate Thesis, Universitas Nusantara Pgrri Kediri. <http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/6028>.
- Nugroho D., P. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ban Maxxis Melalui Minat Beli Pada Cv Harkat Fawwaz Sejahtera. *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 1 No. 6, November (2023), Hal. 944-953 e-ISSN: 3021-8365*.
- Nurvidiana R., Kadarisman H. & Yusri A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono Gg.XI Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 22 No. 2 Mei 2015/ administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*
- Priyatna E., H. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Sociolla. *Dynamic Management Journal ISSN (Online) 2580-2127 Volume 7 No. 1 Tahun 2023*.
DOI: <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v7i1>.
- Purwati Astri A., Andry Wijaya (2020). Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Suku Cadang Sepeda Motor Merek Aspira Dan Federal Di Provinsi Riau (Studi Kasus Pada PT Calispo Jaya Abadi-Provinsi Riau). *Jurnal* 1–11.
- Sitanggang F., Anwar S. & Deni F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow Pada Pt. Industri Karet Deli. *Tijarah, Volume 1 No. 19*.
- Subianto Totok. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi Fakultas Ekonomi-Universitas Kanjuruhan Malang Http://E-Journal.Ukanjuruhan.Ac.Id*, 1–18.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zebua L., D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Imelda Ponsel Telukdalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan p-ISSN 2614-381X E-ISSN : 2828-0946 Vol. 5, Nomor 1, Januari 2022 Universitas Nias Raya*.