

PENGARUH MINAT BELI KENDARAAN RODA DUA, PERILAKU PENJUAL, KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEBUTUHAN MASYARAKAT KOTA ENDE

Oleh :

Damianus Tola¹⁾, Jou Sewa Adrianus²⁾

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Flores

² Fakultas Ekonomi, Universitas Khatolik Widya Mandira Kupang

¹email: datobela28@gmail.com

²email: adrianusjousewa@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 16 Maret 2024

Revisi, 2 April 2024

Diterima, 23 April 2024

Publish, 15 Mei 2024

Kata Kunci :

Minat,

Kendaraan,

Kebutuhan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh minat beli kendaraan roda dua, perilaku penjual, kepuasan konsumen terhadap kebutuhan masyarakat kota Ende. jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian diskriptif kuantitatif untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh variabel bebas minat beli kendaraan roda dua, perilaku penjual, kepuasan konsumen terhadap kebutuhan masyarakat kota Ende. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling* dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan sumber data dengan jumlah pemilik kendaraan lebih dari 1253 kendaraan roda dua. Teknik pengumpulan data menggunakan angket untuk data primer dan data sekunder menggunakan studi dokumentasi. Olahan data menggunakan SPSS versi 17. Dan analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian variabel dependen minat beli kendaraan roda dua, perilaku penjual, kepuasan konsumen, menyumbang angka sebesar 79,8 persen menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kebutuhan masyarakat kota Kabupaten Ende dalam membeli kendaraan roda dua.



This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license



Corresponding Author:

Nama: Damianus Tola

Afiliasi: Universitas Flores

Email: datobela28@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan data observasi lapangan alat transportasi yang digunakan oleh masyarakat kabupaten ende yang paling diminati adalah kendaraan roda dua, sepeda motor menjadi kebutuhan pokok dalam melengkapi kegiatan dan aktifitas rutinitas pekerjaan setiap hari, Pengaruh kemajuan teknologi di era generasi zero para pengguna kendaraan dimulai dari anak usia sekolah sampai ke tingkat orang dewasa, kendaraan roda dua atau sepeda motor merupakan kendaraan bebas macet, kebutuhan kendaran sepeda motor yang tinggi membuat produsen motor semakin berlomba memproduksi dengan varian dan desain yang menarik sehingga ada gaya tarik pada konsumen untuk membeli. Berdasarkan data statistik 3 tahun terakhir yakni pada tahun 2020 jumlah kendaraan sepeda motor mencapai 45.569 dan pada

tahun 2021 jumlah kendaraan mencapai 44.178 dan pada tahun 2022 jumlah kendaraan mencapai 46.123 dan juga disampaikn kepala UPT. Pendapatan Daerah Wilayah Kabupaten Ende pada tahun 2023 bahwa jumlah kendaraan bertambah 37 ribu mencapai 41 persen.

Minat beli kendaraan bermotor di wilayah kabupaten ende disebabkan oleh munculnya iklan-iklan yang menarik dan seles yang ramah dan berpenampilan menarik, sehingga minat beli konsumen begitu tinggi karena konsumen membutuhkan kendaraan roda dua untuk memperlancar kegiatan yang menjadi kebutuhan pribadi maupun kepentingan banyak orang. Kebutuhan kendaraan roda dua masih diminati banyak orang sampai saat ini pabrik kendaraan roda dua sangat menjaga eksistensinya, produk motor menjadi

sasaran pasar bebas dengan berbagai jenis dan merek yang ditawarkan Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, tetapi pesaing dari empat merek ini yang yang paling dominan dan sangat diminati yang beredar di masyarakat kota ende yakni merek Honda dan Yamaha.

Berdasarkan data lapangan yang diperoleh dari showroom penjualan kendaraan sepeda motor roda dua yang banyak diminati oleh masyarakat Kota Ende yaitu ada dua jenis merek kendaraan roda dua yakni merek Honda dan Yamaha, dan pada merek Honda di tahun 2020 merek Honda yang terjual dengan berbagai jenis akan dihitung secara akumulasi sebanyak 1.740 unit terjual, pada tahun 2021 terjual sebanyak 1.345 unit terjual agak sedikit menurun dan pada tahun 2022 kembali meningkat sebesar 1.492 unit terjual. Pada merek Yamaha yang terjual pada tahun 2020 sebanyak 2.475 unit terjual, pada tahun 2021 sebanyak 1.216 unit terjual dan pada tahun 2022 sebanyak 1.299 unit terjual, data ini diperoleh dari PT.Nusantara Surya Sakti Cabang Ende, dari data diatas dapat disimpulkan bahwa minat pembelian kendaraan roda dua yang paling tinggi adalah sepeda motor Yamaha dan urutan ke dua adalah merek Honda dengan demikian bahwa masyarakat kota ende lebih memilih merek Yamaha dikarenakan body motor lebih kokoh dan tangguh. Salah satu keuntungan terbesar pada penjualan merek motor Yamaha dapat dilihat dari sisi pelayanan. Pertama: pelayanan penjualan yang dilakukan oleh showroom motor Yamaha menjalin hubungan baik dengan pembeli. Kedua: relasi yang dibangun antara penjual dan para konsumen dengan tawaran promo menarik dengan mendapatkan hadiah atau undian yang bisa dibawah pulang, berupa jacket, helm, speaker aktif. Ketiga: kredit murah dan tidak melakukan survei lapangan. Poin ini menjadi salah satu unggulan yang diciptakan oleh penjual pada showroom motor Yamaha.

Masyarakat kota Ende merupakan kelompok masyarakat yang termasuk peminat sepeda motor roda dua terbesar terbagi antara dua bagian yakni masyarakat kota dan masyarakat pedesaan, masyarakat kota di setiap rumah memiliki kendaraan sepeda motor paling rendah tiga atau empat unit per kepala keluarga dan masyarakat desa disetiap rumah paling rendah memiliki satu atau dua buah per kepala keluarga kendaraan roda dua inilah menjadi penyebabnya bertambahnya daya beli masyarakat pada kendaraan sepeda motor di setiap tahun meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku penjual menjadi aset terbesar jika pelayanan yang diberikan bersifat humanis untuk mendapatkan kepastian kepuasan konsumen akhir.

Tinjauan Teori

a. Minat Beli

Minat beli yang sering dilakukan oleh masyarakat kota Ende disebabkan oleh adanya niat dan keinginan yang kuat untuk mendapatkan barang yang dimimpikan selama ini. Minat beli kendaraan roda dua adalah sebuah keputusan pasti yang dibelikan

oleh konsumen berdasarkan keinginan dan niat untuk mendapatkan barang kebutuhan dalam melengkapi kegiatan atau aktivitas individu. Minat beli yang dituangkan dalam jurnal (salfina, 2018) minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhir timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya. Hal serupa dalam jurnal Akuntansi Integratif yang dikemukakan oleh Anggraeni dan Mudiarti (2022) mengatakan bahwa minat beli merupakan keinginan untuk emndapatkan sesuatu melalui pembayaran atau pertukaran denga uang dan konsumen yang menginginkan suatu barang atas produk untuk dimiliki dengan mengeluarkan kas atau setara kas. Dari teori yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa jika konsumen ingin membeli sebuah produk harus mempertimbangkan semua faktor baru dapat membuat keputusan yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan keuangan yang dimiliki.

b. Perilaku Penjual

Perilaku merupakan sikap para pedagang yang dipertontonkan oleh para konsumen akhir disaat melintasi areal jualan barang dagangan atau jasa. Nafiah (2018) mengungkapkan perilaku juga dapat disebut sebagai tingkalaku sementara didasarkan pada kondisi yakni tindakan mengenai seseorang terlihat langsung dalam situasi. Junaedi (2015) perilaku juga disebut sebagai perasaan moral yang dituangkan dalam ekspresi seseorang yang disertai kenderungan untuk bertindak sebagai objek.

c. Kepuasan Konsumen

Menurut likert dan Osgood dalam Nafiah (2018) menyatakan kepuasan itu adalah suatu hasil akhir yang dimiliki jika sebuah keputusan yang diambil sesuai dengan keinginan yang telah direncanakan seblumnya, sedangkan penjual adalah orang yang memasarkan barang dagangan dengan tawaran harga yang berbeda-beda sesuai tipe atau jenis barang, jadi kepuasan konsumen itu adaalah tingkat perasaan yang membandingkan kinerja

d. Kebutuhan masyarakat

Dalam proses hidup ini kebutuhan manjadi hal dasar yang harus dipenuhi deni kelangsungan hidup. Menurut Herlambang dalam jurnalnya (2014) manusia termotivasi memenuhi kebutuhannya tersebut memiliki tingkatan atau hirarki, mulai sifat yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Keinginan yang mutlak fundamental manusia adalah tidak jauh dari kehidupan sehari-harinya, keinginan yang muncul tanpa disadari dan seringkali merupakan pencetus dari tujuan yang tersembunyi, (Muazorah dan Subaidi 2019).

2. METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang diangkat dalam kajian ini, maka dapat diuraikan pada penelitian diskriptif kuantitatif, Sugiyono (2016) penelitian ini menggunakan jenis penelitian regresi berganda karena

hendak melihat minat beli kendaraan roda dua, perilaku penjual, kepuasan konsumen dan kualitas hidup masyarakat kota Ende. dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini;



Data populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pembeli kendaraan roda dua yang berada di wilayah Kota Ende yakni dengan jumlah pemilik kendaraan sebanyak 1253, Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode random sampling, perhitungan menggunakan rumus Slovin dari hasil ini didapatkan jumlah responden yang akan ditetapkan untuk diteliti sebanyak 303 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini disebarikan melalui angket sebanyak 303 responden terdapat 27 butir pernyataan dari 4 variabel yang dipilih dan pilihan jawaban dari setiap butir pertanyaan menggunakan skala likert yakni: Sangat Baik Skor = 5; Baik Skor = 4; Cukup Baik Skor = 3; Tidak Baik Skor = 2; Sangat Tidak Baik Skor = 1. Data sekunder menggunakan metode dokumentasi yang didapat dari Showroom Penjualan kendaraan roda dua terkait jenis dan tipe kendaraan, peminat konsumen, ketersediaan layanan data diperoleh dianalisis menggunakan analisis validasi dan reabilitas. Data dari lapangan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda untuk menghitung seberapa besar pengaruh minat beli kendaraan, perilaku penjual, kepuasan konsumen terhadap kualitas hidup Masyarakat.

Hasil Analisis Validitas Instrumen

Hasil olahan yang didapat pada r tabel sebesar 0,1516 dengan jumlah sampel sebanyak 303 (n=303) pada signifikansi 0,05 uji dua arah. Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh nilai korelasi untuk 27 butir pernyataan melebihi nilai r tabel berkisaran dari 0,601 sampai dengan 0,713 sehingga 27 butir pernyataan valid dilanjutkan untuk uji reabilitas.

Hasil uji Reabilitas

Hasil uji reabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,819 nilai r tabel dengan n=303, signifikansi 0,05 uji dua sisi sebesar 0,1574. Nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai r tabel maka butir-butir pernyataan angket dikatakan reliable dengan kategori baik. Sugiyono (2018) reliabilitas kurang dari 0,40 adalah rendah, reliabilitas lebih dari 0,60 adalah tinggi dan reliabilitas 0,80 adalah sangat tinggi atau terpercaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil olahan data yang diakumulasikan dari sebaran angket dapat diolah menggunakan SPSS versi 17 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.253	1.092		.062	.852
X1	.305	.071	.342	3.342	.008
X2	.274	.085	.301	3.526	.000
X3	.348	.081	.372	3.081	.006

a. Dependent Variable: Kebutuhan Masyarakat Kota Ende

Dari tabel diatas maka hasil yang diperoleh dalam persamaan regresi dapat kita lihat pada kolom B yang menunjukkan bahwa:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 0,253 + 0,305x_1 + 0,274x_2 + 0,348x_3$$

Keterangan:

- Y : Kebutuhan Masyarakat Kot Ende
- a : Konstanta
- b₁,b₂,b₃ : Koefesien regresi
- X₁ : Minat Beli Kendaraan Roda Dua
- X₂ : Perilaku Penjual
- X₃ : Kepuasan Konsumen

Hasil persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,253 artinya jika kebutuhan masyarakat Kota Ende bertambah 1 persen maka minat beli kendaraan roda dua mengalami kenaikan sebesar 25,3 persen artinya positif, dan hubungan searah jika minat beli kendaraan roda dua bertambah maka kebutuhan masyarakat Kota Ende meningkat.
2. Koefesien regresi variabel minat beli kendaraan roda dua (x₁) sebesar 0,305 artinya minat beli kendaraan roda dua bertambah 1 persen, maka kebutuhan masyarakat Kota Ende akan mengalami peningkatan 30,5 persen. Minat beli kendaraan roda dua bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara minat beli kendaraan roda dua dengan kebutuhan masyarakat Kota Ende.
3. Koefesien regresi variabel perilaku penjual (x₂) sebesar 0,274 artinya perilaku penjual bertambah 1 persen, maka kualitas masyarakat Kota Ende akan mengalami peningkatan 27,4 persen. Perilaku penjual bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara perilaku penjual dengan kebutuhan masyarakat Kota Ende, semakin baik perilaku penjualan maka daya beli masyarakat Kota Ende akan semakin bertambah.
4. Koefesien regresi variabel kepuasan konsumen (x₃) sebesar 0,348 artinya kepuasan konsumen bertambah 1 persen, maka kebutuhan masyarakat Kota Ende akan mengalami peningkatan 34,8 persen. Kepuasan konsumen bernilai positif

artinya terjadi hubungan searah antara kepuasan konsumen dengan kebutuhan masyarakat Kota Ende, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka kebutuhan masyarakat Kota Ende akan semakin meningkat.

Tabel 2 Hasil analisis Korelasi dan Analisis

Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 ^a	.798	.878	2.61733

- Predictors: (Const), Perilaku Penjual, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Kendaraan Roda Dua,
- Dependent Variable: Kebutuhan Masyarakat Kota Ende

Berdasarkan tabel diatas hasil analisis korelasi berganda menunjukkan adanya terjadi hubungan kuat antara perilaku penjual, kepuasan konsumen dan minat beli kendaraan roda dua terhadap kebutuhan masyarakat Kota Ende yang dibuktikan dengan nilai R sebesar 0,886. Menurut Sugiyono (2018) rentangan koefisien korelasi dikategori sangat kuat dimulai dari 0,60-0,80 dengan demikian dari hasil analisis korelasi determinasi model summary mencapai angka 0,886 menunjukkan sangat tinggi.

Analisis determinasi untuk mengetahui presentase korelasi antar variabel independen yakni minat beli kendaraan roda dua, perilaku penjual, kepuasan konsumen secara bersamaan terhadap variabel dependen kebutuhan masyarakat Kota Ende dapat dibuktikan dengan nilai R Square 0,798 dipresentasikan menjadi 79,8 persen sedangkan sisanya 20,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diungkapkan dalam penelitian ini.

Tabel 3 Hasil Uji F Hitung ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2424.336	3	715.888	89.517	.000 ^a
Residual	732.875	114	7.952		
Total	3167.201	117			

- Predictors: (Constant), Kepuasan konsumen Minat Beli kendaraan roda dua, dan perilaku penjual,
- Dependent Variable: Kebutuhan masyarakat Kota Ende

Pada tabel 3 diatas dapat dijelaskan hasil F hitung sebesar 89,517 dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95 persen atau @ = 5 persen (uji dua sisi), nilai F tabel sebesar 1,924 dengan signifikansi antara kebutuhan masyarakat Kota Ende terhadap kepuasan konsumen, minat beli kendaraan roda dua dan perilaku penjual dilakukan uji T atau uji koefisien regresi secara persial dengan tujuan untuk mengetahui apakah koefisien variabel independen secara persial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil pada tabel 1 diatas dapat ditunjukkan dengan perolehan nilai t hitung untuk koefisien variabel minat beli kendaraan roda dua sebesar 3.342, untuk koefisien variabel perilaku penjual sebesar 3.526 dan koefisien variabel kepuasan konsumen sebesar 3.081. untuk membuktikan ada pengaruh signifikan atau tidak signifikan kita buktikan dengan tingkat kepercayaan 95 persen atau @ = 5 persen (uji dua sisi) dengan t tabel sebesar 1,692. Dengan demikian hasil yang dikemukakan variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

PEMBAHASAN

a. Kebutuhan

Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa responden yang diteliti berusia 17 tahun sampai usia 56 tahun mereka adalah pengguna kendaraan roda dua. Para orangtua membeli kendaraan roda dua untuk menjawab kebutuhan transportasi harian. Transportasi harian ini digunakan untuk perjalanan atau aktivitas kerja sehari-hari ke tempat kerja, antar anak-anak sekolah, pasar dan tempat rekreasi, responden memilih kendaraan roda dua karena ukuran yang lebih kecil dan mampu melewati kemacetan lalu lintas, disisi lain efisien bahan bakar dan menjadi pilihan yang lebih praktis. Poin ini untuk menjawab kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari, (Gunawa, 2017).

b. Anggaran

Dalam anggaran terdapat perencanaan kegiatan yang diukur dengan satuan uang untuk membelanjakan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu, (Kaharti, 2019). Biaya dan anggaran yang dikeluarkan oleh pemilik kendaraan roda dua lebih murah dan biaya perawatan kendaraan lebih rendah daripada kendaraan roda empat hal ini dapat menjadi pertimbangan dalam jangka panjang. Pemilik kendaraan roda dua mempertimbangkan dari biaya perawatan dan suku cadang kendaraan yang muda di dapat dari toko-toko sepermak yang ada di wilayah Kota Ende dan sekitarnya.

c. Pertimbangan pilihan

Pertimbangan pilihan itu menjadi gaya hidup atau hobi dengan pertimbangan sangat matang dalam pemilihan kendaraan roda dua untuk menjawab kebutuhan hidup dan seluruh orang akan selalu memperhitungkan minat pilihan dengan tujuan memilih sebuah barang atau prodak yang diinginkan, (Mawadah dan Akbar, 2023). Pada umumnya masyarakat kota ende memilih merek kendaraan roda dua Yamaha dan Honda dibuktikan dengan kualitas mesin yang bertenaga disaat berkendara dijalan raya atau melintasi areal pedesaan dengan banyaknya bukit-bukit yang terjal, tipe Honda dan Yamaha memberikan tingkat kenyamanan yang cukup selama perjalanan.

d. Ketersedia layanan

Kendaraan roda dua memberi fleksibilitas yang lebih besar dalam rute perjalanan dan kemampuan untuk melintasi jalur alternatif. Penjualan atau layanan

kendaraan roda dua pada deler Yamaha maupun Honda menyediakan layanan penjualan biasanya menawarkan berbagai merek dan model kendaran yang terbaru baik dari sisi tipe, jenis dan keunggulan-keunggulan lainnya yang dimiliki setiap jenis kendaraan roda dua untuk menarik minat pelanggan. Disaat para konsumen melihat dan menyaksikan harga promo-promo yang ditawarkan merasa kemudahan dan memberi keuntungan bagi para pembeli dengan adanya garansi servis dan perawatan selama lima bulan ganti oli gratis, baik bersifat kredit maupun kontan atau kas maka data-data layanan bisa disimpan di komputer tujuan tidak hilang disaat para konsumen datang untuk servis. (Adi, dkk. 2016).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan Hasil pembahasan yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan:

1. Masyarakat kota Ende memiliki kendaraan roda dua karena kesederhanaannya dalam pengoperasian, hemat bahan bakar, mudah dan cepat operasional serta ramah lingkungan.
2. Masyarakat kota Ende banyak menyukai merek sepeda motor Honda dan Yamaha, karena memiliki nilai lebih, terasa nyaman berkendara, membeli kendaraan roda dua berdasarkan suka dan hobi dengan warna dan tipe kendaraan yang menarik.
3. Masyarakat kota Ende membeli suatu produk dan merek yang dipasarkan dikarenakan ada faktor-faktor mempengaruhi yakni akibat dari informasi teman atau sahabat, harga dan promosi yang ditawarkan yang terjangkau dan dengan adanya garansi perawatan selama lima bulan ganti oli gratis, maka akan terjadi transaksi jual beli baik bersifat kredit maupun kas.

Saran

Hasil pembahasan diatas penulis menyarankan,

1. Perilaku penjual lebih ramah dan santun menawarkan jasa pengkreditan pada masyarakat dari rumah ke rumah dan pada khususnya masyarakat pedesaan.
2. Perlu adanya bengkel resmi masing2 deler sehingga sperpak yang dijual itu lengkap sesuai dengan kebutuhan kendaraan roda dua.
3. Menjaga hubungan baik dari pihak konsumen akhir sehingga tawaran-tawaran dari seles membawa dampak positif pada perusahaan.

5. REFERENSI

- Adi, Restu Yudi, dkk. (2016). *Perancang Sistem Caluster Server Untuk Jaminan Ketersediaan Layanan Tinggi pada Lingkungan Virtual.* Jurnal: JNTETI, Vol. 05.No. 02, Semarang.
- Anggreani, Dian dan Mudiarti, Hasna. (2020). *Pengaruh Regulasi PPN dan PPnBM Serta Pendapatan Terhadap Minat Beli Kendaraan Bermotor Roda Empat (Mobil) Di Indonesia.*

Jurnal: Akuntansi Integartif, Vol. 08. No. 01. Semarang.

- Gunawijaya, Rahmat. (2017). *Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam*, Jurnal: Al-Maslahah, Vol. 13 No.1. Bogor.
- Hilmawan, Ipan. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening*, Jurnal: Elektronik REKAMAN, 2019, Vol. 03. No. 03. Serang.
- Herlambang, Yanuar. (2014). *Participatory Culture dalam Komunitas Online sebagai Reperesentasi Kebutuhan Manusia*, Jurnal: Teknologi Informasi dan Komunikasi, Vol. 2. No. 1. Bandung.
- Junaedi, M. S. (2015). "Pengaruh kesadaran lingkungan pada niat beli produk hijau: Studi perilaku konsumen berwawasan lingkungan." Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.09 No. 2. Yogyakarta
- Kaharti, Eni. (2019). *Evaluasi Prosedur Penyusunan Anggaran dan Penetapan Anggaran*: Jurnal: Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, Vol. 08. No. 02, Kabumen.
- Mawadah, A. Erlita dan Akbar, S. Fajar. (2023). *Pengaruh Faktor Sosial Budaya Serta Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Karier Sebagai Auditor Pemerintah*. Jurnal: Management Studies and Neterpreneurship, Vol. 04. No. 06, Jawa Timur.
- Muazorah, siti dan Subaidi (2019). *Kebutuhan Manusia Dalam Pemikiran Abraham Moslow*. Jurnal: Al-Mazahib, Vol. 07. No .01. Yogyakarta.
- Salfina, L. and H. Gusri (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman*. Jurnal Indovisi Vol.1 No. 1: Sumatra Barat.
- Sugiyono, (2016) *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Alfabeta. Bandung.
- UPT. *Pendapatan Daerah Ende*. <https://ntt.bps.go.id/indicator/17/394/1/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis-kendaraan>. Di undo pada tanggal 2 maret 2024 pukul 11.00 wita.
- Wulandari, Septian dan Marlina, Novi. (2020) *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Transportasi Migo Di Surabaya*. Jurnal: Pendidikan Tata Niaga, Vol. 08.No. 02, Surabaya.
- Zainuddin, Didi. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Matik.* Jurnal: Sosio e-kons, Vol. 10. No. 03. Jakarta Selatan.
- Zainur. H (2017).