
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN
DAN TENOR ANGSURAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR PADA PT. ALFA SCORPII GATOT SUBROTO MEDAN**

Alfahri¹, Fandi Iskandar Sopang²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa

E-mail: alfahri103@gmail.com fandiiskandar@dharmawangsa.ac.id

Article History:

Received: 13 Maret 2023

Revised: 03 April 2023

Accepted: 17 Juni 2023

Keywords: Kualitas
Layanan, Tenor Angsuran,
Keputusan Pembelian

Abstract: PT. Alfa Scorpii Gatoto Subroto Medan atau disebut Alfa Scorpii dalam pedoman standar adalah perusahaan yang berkembang di dunia bisnis otomotif selama lebih dari 20 tahun sebagai dealer utama sepeda motor merek Yamaha. Jangkauan penjualan dan servisnya berpusat di daerah Sumatera Utara, NAD, Riau daratan dan kepulauan Riau. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui lebih jelas bagaimana pengaruh Kualitas Layanan dan Tenor Angsuran terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang melibatkan 60 orang responden yang dipilih secara acak dengan kebetulan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan pembagian kuesioner. Data yang diperoleh lalu dianalisis dengan menggunakan data statistik, yaitu dengan menggunakan analisis regresi berganda yang pengolahannya yang dilakukan dengan program SPSS versi 23. Hasil dari analisis regresi linear berganda membentuk model persamaan matematika berupa $Y = 8,679 + 0,180 X_1 + 0,363 X_2 + e$. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel Kualitas Layanan dan Tenor Angsuran berpengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan.

PENDAHULUAN

Dalam kurun beberapa dekade belakangan, perkembangan dan kemajuan alat transportasi semakin masif. Hal ini merupakan dampak dari peralihan bahwa alat transportasi berubah dari jenis kebutuhan sekunder menjadi kebutuhan primer oleh sebagian besar masyarakat. Sebagaimana kita perhatikan hari ini, esok dan waktu-waktu mendatang kebutuhan akan ketersediaan alat transportasi sangat menunjang pola hidup manusia. Alat transportasi sebagai moda mobilisasi masyarakat dirasa sangat mempengaruhi berbagai aspek kehidupannya mulai dari status sosial, pendapatan, pengeluaran serta aspek lainnya yang

terkait dengan alat transportasi.

Berbagai jenis alat transportasi banyak tersedia disekitar kita. Keberadaannya digolongkan menjadi dua yaitu alat transportasi yang dapat dimiliki secara pribadi dan alat transportasi yang tidak dapat dimiliki oleh pribadi atau hanya dapat disediakan/dimiliki oleh pemerintah maupun instansi tertentu. Alat transportasi yang masuk pada golongan pertama dapat berupa mobil, sepeda motor, pesawat jet, kapal pesiar yang umumnya dimiliki oleh orang-orang kalangan atas. Secara umum, mobil dan sepeda motor merupakan alat transportasi yang dapat dimiliki oleh siapa saja, namun sepeda motor adalah alat transportasi yang dinilai paling umum dimiliki hampir oleh seluruh lapisan masyarakat dari kalangan atas hingga menengah bahkan pada beberapa kalangan bawah.

Sebagaimana realita yang terjadi sekarang ini, industri yang semakin berkembang pesat saat ini adalah industri sepeda motor yang pada akhirnya banyak melahirkan berbagai jenis merek sepeda motor seperti Honda, Yamaha, Suzuki, dan lain sebagainya (Rahmawati, Kusniawati, & Setiawan, 2019: 103). Hal ini menyebabkan keberadaan *dealer* sepeda motor kian menjamur sebagai upaya pemenuhan kebutuhan atas permintaan moda transportasi yang satu ini. Tercatat oleh Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa pada tahun 2022 untuk wilayah kota Medan saja, keberadaan sepeda motor sebanyak 2.724.585 unit, melebihi jumlah penduduk kota Medan itu sendiri yang tercatat sebanyak 2.460.858 jiwa (Rizanul, 2023). Data itu menunjukkan betapa tingginya pengguna kendaraan bermotor jenis sepeda motor di kota Medan. Hal ini tentu saja akan berbanding lurus dengan tingkat permintaannya yang akan selalu mengalami peningkatan dimasa mendatang. Berikut merupakan data produksi sepeda motor di Indonesia sejak tahun 1996 sampai Maret 2023

Tabel 1. Produksi Sepeda Motor Di Indonesia Tahun 1996-Maret 2023

Tahun	Produksi	Domestik	Ekspor
1996	1.425.373	1.376.647	50.255
1997	1.861.111	1.801.090	51.816
1998	519.404	433.549	84.363
1999	571.953	487.751	99.651
2000	982.38.00	864.144	115.278
2001	1.644.133	1.575.822	74.948
2002	2.318.241	2.287.706	30.285
2003	2.814.054	2.809.896	13.806
2004	3.897.250	3.887.678	12.840
2005	5.113.487	5.074.186	15.239
2006	4.458.886	4.428.274	42.448
2007	4.722.521	4.688.263	25.632
2008	6.264.265	6.215.830	64.971
2009	5.881.777	5.851.962	29.815
2010	7.398.644	7.369.249	29.395
2011	838.388.000	8.012.540	30.995
2012	1.065.557.000	7.064.457	77.129
2013	1.206.368.000	7.743.879	27.135

2014	1.298.523.000	7.867.195	41.746
2015	1.098.780.000	6.480.155	228.229
2016	1.177.797.000	5.931.285	284.065
2017	1.218.106.000	5.886.103	434.691
2018	1.343.714.000	6.383.108	627.421
2019	1.286.848.000	6.487.460	810.433
2020	690.176.000	3.660.616	700.392
2021	1.121.967.000	5.057.516	803.931
2022	1.470.146.000	5.221.470	743.551
Jan 2023		615.416	39.269
Feb 2023		575.502	45.627
Mar 2023		633.155	36.962

Sumber : www.aisi.or.id dan www.ceicdata.com

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bawa permintaan kendaraan sepeda motor dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan yang pesat. Pemilihan moda transportasi berupa sepeda motor merupakan opsi utama bagi banyak kalangan masyarakat karena dari segi harga masih tergolong dapat dijangkau oleh masyarakat. Terlebih lagi, belakangan ini banyak terdapat *dealer* yang menawarkan sistem kredit dalam kepemilikan sepeda motor. Dilain hal, pemilihan moda ini merupakan alternatif menghndari kemacetan jalan kota yang semakin parah.

Hal yang tentu saja menjadi bagian penting dari setiap perusahaan *dealer* sepeda motor dalam kaitannya menarik minat pembeli adalah kualitas produk, kualitas layanan, harga promosi, lokasi *dealer*, suasana *dealer*, dan lain sebagainya. Untuk itu, setiap perusahaan harus senantiasa melakukan inovasi untuk dapat menarik minat pembeli.

Kualitas layanan merupakan satu dari banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkna *profit* sebagai tujuan perusahaan. Kualitas layanan yang memuaskan akan merangsang konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dipasarkan oleh perusahaan (Siburian & Zainurossalamia, 2016: 100). Berbagai cara konsumen dalam membeli sepeda motor umumnya dilakukan dengan dua metode yaitu pembelian dengan sistem kredit dan *cash*. Metode pembelian sepda motor dengan sistem kredit belakangan menjadi trend bagi masyarakat. Hal ini disebabkan cara transaksi yang semakin mudah banyak ditawarkan oleh perusahaan pembiayaan kredit. Sistem kredit diartikan dengan cara konsumen memperoleh barang tanpa melakukan pembayaran lunas di awal pembelian, melainkan hanya melakukan pembayaran sepersekian persen dari jumlah total harga produk yang dijual dengan sisa pembayaran dilakukan mengan cara mengangsur setiap periode waktu tertentu sebagaimana kesepakatan yang telah dilkaukan anantara perusahaan penyedia pembiayaan dan konsumen (Maknunah & Setiya Budi, 2020:136). Sebagaimana dikemukakan oleh *American Society for Quality Control*, kualitas merupakan keseluruhan atas ciri maupun karakteristik yang melekat atas suatu produk maupun jasa atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pasar sebagaimana telah ditetapkan atau dapat dikatakan bersifat laten (Lupiyoadi, 2001:144). Sejalan dengan itu, Goetsh dan Davis

mengkonfirmasi bahwa kualitas adalah suatu keadaan ataupun kondisi yang bersifat dinamis pada suatu produk, jasa, manusia, proses, maupun lingkungan yang telah melampaui harapan (Tjiptono, 2000:51).

Dilain bagian, Buddy dalam Wahyuningsih (2002:10) mendefinisikan kualitas sebagai suatu strategi dasar dalam dunia bisnis untuk memproduksi suatu barang atau jasa dalam kaitannya memenuhi hajat dan kepuasan konsumen baik secara eksternal maupun internal, eksplisit maupun implisit. Sedangkan Kotler (2008:49) menegaskan bahwa kualitas berupa rangkaian ciri serta sifat yang ada pada suatu produk ataupun pelayanan yang memberikan dampak pada kemampuan suatu perusahaan dalam memuaskan kebutuhan pasar atau konsumen yang dapat dinyatakan dengan jelas ataupun yang tersirat. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Mengutip pendapat Lovelock (2007: 96) bahwa kualitas layanan merupakan penilaian kognitif jangka panjang konsumen terhadap penyerahan pelayanan yang terdapat pada suatu perusahaan. Lebih lanjut Utami (2006) mengemukakan bahwa kualitas layanan merupakan anggapan konsumen dalam waktu yang panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa. Aplikasi kualitas sebagai sifat dan penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Menurut Yamit (2013:22) yang mengutip pernyataan Olsen dan Wyckoff tentang definisi kualitas layanan adalah perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas pelayanan. Collier dalam Yamit (2013:22) memiliki defenisi berbda atas pengertian kualitas layanan yaitu sebuah peniliana yang lebih berfokus pada pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan). Dilain sisi Arnoldus mengutip pernyataan Tjiptono (2014:2) memaparkan bahwa kualitas layanan adalah satuan tingkat kehandalan yang ada pada suatu produk sebagaimana diharapkan oleh konsumen dan pengontrolan atas kehandalan tersebut dalam upaya memenuhi keinginan konsumen.

Kasmir (2014:96) berpandangan bahwa “kredit merupakan suatu penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.” Sedangkan pengertian pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Kredit atau pembiayaan dapat berupa uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang, misalnya bank membiayai kredit untuk pembelian rumah atau mobil. Kemudian adanya

kesepakatan antara bank (kreditor) dengan nasabah penerima kredit (debitur), bahwa mereka sepakat sesuai dengan perjanjian yang telah dibuatnya.

Pengertian pembiayaan secara umum adalah penyediaan uang atau tagihan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Menurut Kuncoro (2014:56) indikator prosedur kredit terdiri dari hal-hal sebagai berikut:

1. Realisasi kredit yaitu persetujuan pihak bank untuk mencairkan permohonan kredit dari pemohon, sesuai dengan kesepakatan-kesepakatan yang sudah disetujui terlebih dahulu.
2. Kemudahan prosedur yaitu suatu kemudahan mengambil kredit di mana bank memberikan kemudahan dalam mengambil kredit, atau bank mempermudah masyarakat untuk mengakses dana murah dalam bentuk kredit.

Berdasarkan pendapat di atas, bahwa indikator prosedur kredit ini meliputi realisasi kredit dan kemudahan prosedur. Dalam pengambilan kredit diperlukan kesepakatan-kesepakatan antara pihak bank dengan nasabah saat pengambilan kredit, selain itu perlu diperhatikan pula kemudahan dalam mengambil kredit, kecepatan prosesnya serta kemudahan persyaratan pada saat nasabah mengambil kredit.

Suhardjono (2013:195) menjelaskan bahwa proses pemberian keputusan kredit dibagi ke dalam empat tahapan, diantaranya:

- a. Tahapan prakarsa dan analisa permohonan kredit, yang terdiri dari kegiatan prakarsa permohonan kredit, kegiatan analisa dan evaluasi kredit, perhitungan kebutuhan kredit, pembagian resiko kredit, negosiasi kredit.
- b. Tahapan pemberian rekomendasi kredit, di mana pejabat perekomendasi dapat meminta kelengkapan data dan analisa lebih lanjut dari pejabat pemrakarsa kredit.
- c. Tahapan putusan kredit, di mana pemberian putusan kredit hanya dapat dilakukan oleh pejabat pemutus kredit yang diberikan kewenangan untuk memutus kredit.
- d. Tahapan persetujuan pencairan kredit, di mana pencairan kredit dapat dilakukan setelah intruksi pencairan kredit ditandatangani oleh pejabat yang berwenang.

Menurut Supramono (2017:75) “Agunan/Jaminan adalah suatu perikatan antara kreditor dengan debitur, di mana debitur memperjanjikan sejumlah hartanya untuk pelunasan utang menurut ketentuan perundang-undangan yang berlaku apabila dalam waktu yang ditentukan terjadi kemacetan pembayaran utang si debitur.” Jaminan adalah aset pihak peminjaman yang dijanjikan kepada pemberi pinjaman jika peminjam tidak dapat mengembalikan pinjaman tersebut. Jaminan merupakan salah satu unsur dalam analisis pembiayaan.

Oleh karena itu, barang-barang yang diserahkan nasabah harus dinilai pada saat dilaksanakan analisis pembiayaan dan harus berhati-hati dalam menilai barang-barang

tersebut karena harga yang dicantumkan oleh nasabah tidak selalu menunjukkan harga yang sesungguhnya (harga pasar pada saat itu). Dengan kata lain, nasabah kadang-kadang menaksir barang-barang yang digunakannya di atas harga yang sesungguhnya. Rivai Veithzal (2012: 666-667) menjelaskan bahwa “penilaian yang terlalu tinggi bisa berakibat lembaga keuangan berada pada posisi yang lemah.” Jika likuiditas/penjualan barang agunan tidak dapat dihindarkan, keadaan tersebut dapat membawa lembaga keuangan kepada kerugian karena hasil penjualan agunan biasanya akan lebih rendah dari pada harga semula maupun harga pasar pada saat agunan akan dijual sehingga tidak dapat menutupi kewajiban nasabah lembaga keuangan.

Tenor merupakan istilah yang erat kaitannya dengan kredit atau pinjaman. Memahami pengertian tenor merupakan hal yang penting terutama apabila ingin mengambil pinjaman maupun kredit sehingga tidak salah mengambil jenis pinjaman atau tenor dan mengetahui risiko-risiko lainnya. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tenor adalah jangka waktu penyelesaian cicilan yang harus dipenuhi sebelum jatuh tempo. Artinya, orang harus membayarkan pelunasan kredit sesuai tenor yang telah disetujui oleh kedua pihak bersama. Tenor adalah jangka waktu pinjaman atau kredit yang diberikan kepada debitur (peminjam) untuk membayarkan angsuran pinjaman yang diberikan oleh peminjam (Rofiyandi, 2022). Tenor memiliki pengaruh terhadap besaran dari bunga pinjaman. Tenor berfungsi memastikan bahwa peminjam sanggup untuk membayar besaran dari angsuran setiap bulannya.

Kredit dapat diartikan sebagai tagihan yang didasarkan dari kesepakatan kesepakatan diantara dua pihak, dimana peminjam memiliki kewajiban untuk dapat melunasi hutang dengan membayar, dimana peminjam memiliki kewajiban untuk dapat melunasi hutang dengan membayar bunga yang disesuaikan berdasarkan perjanjian yang telah dibuat sebelumnya yang disesuaikan berdasarkan perjanjian yang telah dibuat sebelumnya (Maknunah & Setiya Budi, 2020). Pengertian lain, kredit adalah semua jenis peminjaman yang wajib dibayar kanbersamaandengan bunga sesuai dengan kesepakatan dalam bentuk kesepakatan dalam bentuk perjanjian (Hasibuan, 2008). Sebagai besar kegiatan ekonomi masyarakat melibatkan perbankan untuk fasilitas kredit. Apabila suatu bank menyalurkan kredit masyarakat melibatkan perbankan untuk fasilitas kredit. harus memperhatikan dua fungsi yang fungsi yang selalumemiliki keterkaitan mengenai kredit, diantaranya: a) *Profitability*, bertujuan agar diperoleh hasil agar diperoleh hasil dari kredit ber upa keuntungan yang didapatkan dari pembayaran bunga yang dilakukan nasabah. b) *Safety*, merupakan jaminan akan keamanan atas pembayaran bunga yang dilakukan prestasi ataupun fasilitas yang diperoleh yang diperoleh sehingga tidak terhambat dalam mencapai tujuan *profitability* (Rivai, 2007). Sangat berpengaruhnya pemberian kredit bank, maka usaha bisnsi saat ini tidak terlepas dari kredit. Negaraapun baik negara kaya maupun negara berkembang membutuhkan kredit dari lembaga keuangan internasional.

Keputusan pembelian adalah salah satu tahapan dalam proses pembelian sebelum perilaku pasca pembelian (Arfah, 2022:4). Keputusan pembelian juga diartikan sebagai suatu

proses dimana konsumen memahami permasalahan mencari informasi ataupun merk tertentu dari suatu produk kemudian mengevaluasi seberapa baik tiap tiap alternatif tersebut dapat menyelesaikan masalahannya yang setelah itu menuju kepada keputusan pembelian (Fandy Tjiptono, 2012). Sedangkan menurut (Weenas, 2013) mengutip pernyataan Peter dan Olson bahwa keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang dikombinasikan guna mengevaluasi beberapa sikap alternatif serta memilah salah satu diantara lain. Dalam melakukan suatu pembelian konsumen cenderung membeli merk tertentu yang disukainya. Demikian pula menurut (Ikhsani & Ali, 2017) dengan mengutip pernyataan Kotler dan Keller bahwa keputusan pembelian adalah keputusan konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian setelah melalui proses mengevaluasi faktor-faktor seperti merk, lokasi, jumlah yang akan dibeli, waktu pembelian, serta metode pembayaran yang tersedia.

METODE

Penelitian ini dilakukan di PT ALFA SCORPII Gatot Subroto Medan yang terletak di jalan Gatot Subroto, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara, Kode Pos 201213. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT ALFA SCORPII Gatot Subroto Medan. Teknik pengambilan sampel digunakan non probability sampling dengan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data, Sugiyono (2018). Pengambilan sampel dilakukan dengan secara acak (*random sampling*) yaitu sebanyak 60 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan dengan cara: Kuesioner, Observasi dan Dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Variabel

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari daftar pertanyaan yang telah dibuat dan disebarakan kepada responden berupa angket. Pertanyaan dalam angket/kuisisioner berjumlah 15 pertanyaan, yang terdiri dari variabel bebas X1 (Kualitas Layanan) sebanyak 5 pertanyaan dan variabel X2 (Tenor Angsuran) sebanyak 5 pertanyaan, serta variabel terikat (Keputusan Pembelian) berjumlah 5 pertanyaan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen PT Alfa Scorpii Cabang Gatot Subroto Medan yang dipilih secara kebetulan.

Karakteristik Responden

1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usianya, responden penelitian dideskripsikan sebagai berikut.

Tabel 2.Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	29 - 29 tahun	14	23,33	23,33	23,33
	30 - 40 tahun	35	58,33	58,33	58,33
	> 40 tahun	11	18,33	18,33	100,0
Total		600	100,0	100,0	

Sumber: *Data Olahan Peneliti, 2023*

Sebagaimana dilihat pada tabel di atas bahwa responden dari 60 jumlah responden, sebanyak 14 orang atau 23,33% responden atau konsumen PT Alfa Scoprii Cabang Gatot Subroto Medan berasal dari kisaran usia antara 21-29 tahun, selanjutnya responden pada rentang usia 30-40 tahun merupakan jumlah responden yang paling banyak yaitu 35 orang atau sekitar 58,33% dan responden paling sedikit berada pada rentang usia di atas 40 tahun yaitu sekita 18,33% atau sebanyak 11 orang. Atau jika disajikan dalam bentuk diagram dapat ditunjukkan pada gambar di bawah.

2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden penelitian berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 3.Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	78,33	78,33	78,3
	Perempuan	13	21,67	21,67	100,0
Total		60	100,0	100,0	

Sumber: *Data Olahan Peneliti, 2023*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa jumlah responden laki-laki merupakan responden atau konsumen PT Alfa Scoprii Cabang Gatot Subroto Medan yang paling dominan dalam penelitian ini yakni sebanyak 47 orang atau sekitar 78,33%, sisanya yaitu 21,67% atau 13 orang merupakan perempuan. Atau dapat disajikan dalam gambar berupa diagram berikut.

3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Tabel berikut merupakan tabel yang mendeskripsikan karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikannya.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Jenjang Pendidikan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= SMA	48	80,0	80,0	80,0
	Diploma	2	3,33	3,33	3,33
	Sarjana	10	16,66	16,66	16,66
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Sebagaimana tabel diatas menunjukkan bahwa jenjang pendidikan responden atau konsumen PT Alfa Scoprii Cabang Gatot Subroto Medan mayoritas pada taraf Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 48 orang atau sekitar 80%, selanjutnya jenjang diploma hanya 2 orang saja dan sarjana sebanyak 10 orang atau 16,66%. Data di atas jika ditunjukkan dalam bentuk gambar maka akan ditampilkan seperti berikut.

4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berikut disajikan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaannya.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai/Karyawan Sawasta	36	60,0	60,0	60,0
	Pegawai Negeri	6	10,0	10,0	10,0
	Wirausaha	18	30,0	30,0	30,0
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jika responden atau konsumen PT Alfa Scoprii cabang Gatot Subroto Medan di dominasi berkerja sebagai karyawan swasta sebanyak 36 orang atau 60%, selanjutnya wirausaha sebanyak 18 orang atau 30% dan sisanya adalah pegawai negeri sebanyak 6 orang atau 10% saja.

5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan

Berikut disajikan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan jumlah penghasilan setiap bulannya

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan

Jumlah Penghasilan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 3 juta	11	18,33	18,33	18,33
	3-4 juta	33	55,0	55,0	55,0
	>4 juta	16	16,0	16,0	16,0
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jika responden atau konsumen PT Alfa Scoprii cabang Gatot Subroto Medan rata-rata berpenghasilan antara 3-4 juta perbulan atau 33

orang. Sedangkan dengan penghasilan lebih dari 4 juta perbulan hanya sebanyak 16 orang atau 26,67 % dan sisanya sebanyak 11 orang atau 18,33% berpenghasilan kurang dari 3 juta perbulan.

Teknik Analisis Data

1 Uji Validitas

Hasil *output* SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kotak *corrected item total correlation* yang artinya nilai responden antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden hasil uji validitas ke 10 butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai lebih besar dari 0,3 atau dengan mencari hitungan dengan rumus $df = n - k$

Tabel 7. Uji Validitas Pertanyaan

Varibel	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Kesimpulan
Kualitas Layanan (X1)				
Pertanyaan 1	31.8933	20.691	.403	Valid
Pertanyaan 2	32.5600	20.115	.442	Valid
Pertanyaan 3	32.6133	19.835	.366	Valid
Pertanyaan 4	32.7467	20.381	.375	Valid
Pertanyaan 5	32.5067	20.361	.421	Valid
Tenor Angsuran (X2)				
Pertanyaan 1	30.7067	31.345	.634	Valid
Pertanyaan 2	30.8933	31.880	.470	Valid
Pertanyaan 3	30.7733	33.015	.379	Valid
Pertanyaan 4	31.2133	31.305	.510	Valid
Pertanyaan 5	30.9467	29.592	.700	Valid
Keputusan Pembelian (Y)				
Pertanyaan 1	31.4595	33.841	.613	Valid
Pertanyaan 2	31.8378	33.727	.596	Valid
Pertanyaan 3	32.1757	35.051	.549	Valid
Pertanyaan 4	31.5946	34.601	.453	Valid
Pertanyaan 5	31.5676	33.372	.606	Valid

Sumber : Data Hasil Pengolahan SPSS 23, 2023

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, dari 15 pertanyaan yang menjadi instrumen penelitian, seluruh pertanyaan dinyatakan valid. Artinya sebanyak 15 pertanyaan itu layak dijadikan instrumen pengambilan data penelitian yang akan dilakukan.

2 Uji Reliabilitas

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui kehandalan pertanyaan apabila pertanyaan dilakukan secara berulang dalam periode waktu tertentu. Berikut disajikan hasil uji reabilitas instrumen penelitian.

Tabel 8. Uji Reliabilitas

	Cronbach'S Alpha	N of items	Kesimpulan
Kualitas Layanan	.742	5	Reliabel
Tenor Angsuran	.782	5	Reliabel
Keputusan Pembelian	.803	5	Reliabel

Sumber :Data Hasil Pengolahan SPSS 23 , 2023

Berdasarkan tabel 11 yang berisi *output* SPSS diketahui nilai *crounchbach's Alpha* 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang telah diberikan oleh responden yang terdiri dari 5 pernyataan pada masing-masing variabel menghasilkan nilai 0,742 untuk variabel kualitas layanan, 0,782 untuk variabel tenor angsuran dan 0,803 untuk variabel keputusan pembelian. Dari ketiga variabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai *crounchbach's Alpha*-nya $> 0,6$.

Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas

Berikut ini diberikan *output* SPSS untuk uji normalitas data penelitian.

Tabel 9. Uji Normalitas Kolmogotov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

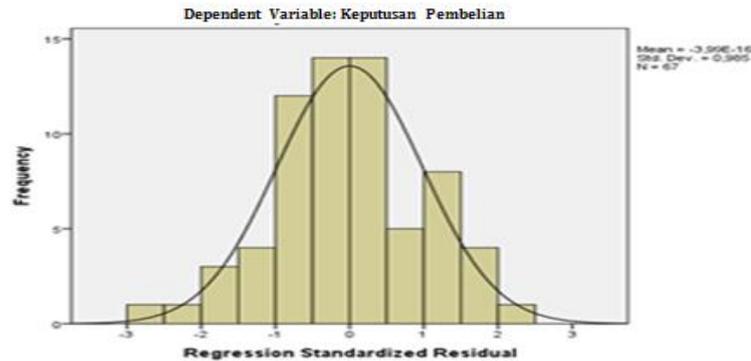
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	78
	Std. Deviation	2,13746
Most Extreme Differences	Absolute	,228
	Positive	,114
	Negative	,128
Kolmogorov-Smirnov Z		1,483
Asymp. Sig. (2-tailed)		,206

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Pengujian normalitas data pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai Sig. bernilai $> 0,05$. Dari tabel diatas dapat dilihat jika nilai Sig. 0,206 $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Atau dapat juga dilihat ada gambar berikut.



Gambar 1. Diagram Distribusi Frekuensi Data Penelitian

2 Uji Multikolinearitas

Selanjutnya adalah uji multikolinearitas. Berikut diberikan hasil output SPSS atas perhitungan uji Multikolinearitas data penelitian.

Tabel 10. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,758	,210		3,425	,001		
Kualitas Layanan	,179	,141	,027	1,016	,160	,991	1,009
Tenor Angsuran	,233	,169	,126	1,409	,101	,991	1,009

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 10 di atas Variabel Kualitas Layanan dan Tenor Angsuran memiliki nilai VIF $1,009 < 10$. Hal ini menunjukkan bahwa data tidak mengalami gejala Multikolinearitas.

3 Uji Heteroskedastisitas

Dari uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan pengolah data penelitian menggunakan SPSS, diberikan output untuk uji heteroskedastisitas sebagai berikut.

Tabel 11. Uji Heteroskedastisitas Dengan Metode Glejser

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,758	,210		3,425	,001
Kualitas Layanan	,179	,141	,027	2,016	,160
Tenor Angsuran	,233	,169	,126	2,409	,101

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2023

Uji yang digunakan dalam mendeteksi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode Glejser. Sebagaimana ditunjukkan pada tabel di atas,

diketahui nilai Sig. Glejser pada Kualitas Layanan sebesar $0,160 > 0,05$, dan nilai Sig. Glejser pada Tenor Angsuran $0,101 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada data yang digunakan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

1 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji-t)

Pengujian terhadap Pengaruh Kualitas Layanan dan Tenor Angsuran Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan dilakukan dengan pengujian terhadap hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini, dengan menganalisis hasil perhitungan Uji t, Uji F, Uji determinasi serta regresi berganda. Berikut diberikan hasil pengujian terhadap uji t.

Tabel 12. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,679	3,202		2,710	,008
1 Kualitas Layanan (X1)	,180	,072	,235	2,514	,016
Tenor Angsuran (X2)	,363	,075	,454	4,760	,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2023

Penentuan nilai t_{tabel} yaitu ditentukan dengan rumus:

$$t_{tabel} = t \left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1 \right)$$

$$t_{tabel} = t (0,025; 60 - 2 - 1) = t (0,025; 57) = 2,00247$$

dari hasil output SPSS yang ditunjukkan pada tabel di atas, dapat disimpulkan deskripsi uji t sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar $2,514 > t_{tabel}$ sebesar $2,00247$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) berpengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Atau dapat dilihat dari nilai Sig. $0,014 < 0,05$ sehingga variabel X1 memang memiliki pengaruh terhadap variabel Y dalam penelitian ini. Artinya jika semakin tinggi Kualitas Layanan pegawai/karyawan PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan kepada konsumen maka akan mempengaruhi kenaikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor di PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan oleh konsumen, demikian sebaliknya.
- 2) Demikian pula dengan nilai t_{hitung} variabel Tenor Angsuran (X2) sebesar $4,760 > t_{tabel}$ sebesar $2,00247$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). variabel X2 memang memiliki pengaruh terhadap variabel Y dalam penelitian ini. Atau dapat dilihat dari nilai Sig. $0,001 < 0,05$ sehingga variabel X2 memang memiliki pengaruh terhadap variabel Y dalam penelitian ini. Artinya jika semakin

tinggi tingkat perberdaan Tenor Angsuran pada PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan dengan *dealer* lainnya maka akan mempengaruhi kenaikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor di PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan oleh konsumen, demikian sebaliknya.

2 Uji Signifikan Secara Serempak (Uji-F)

Selanjutnya untuk hasil uji F dapat disajikan pada tabel berikut.

Tabel 13. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	289,244	2	144,622	26,341	,000 ^b
1 Residual	494,466	57	5,098		
Total	783,710	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Tenor Angsuran(X2), Kualitas Layanan (X1)

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan data output diatas, diperoleh nilai Sig. untuk pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Tenor Angsuran (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} 26,341. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X1 (Kualitas Layanan) dan variabel X2 (Tenor Angsuran) secara simultan terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sepeda motor pada PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan.

3 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,628 ^a	,589	,386	2,258

a. Predictors: (Constant), Tenor Angsuran (X2), Kualitas Layanan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,628. Sedangkan untuk nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,589. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel Kualitas Layanan (X1) dan Tenor Angsuran (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sepeda motor pada PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan sebesar 58,9% atau 60%. Sementara 40% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4 Analisis Regresi Linear Berganda

Tahap terakhir dalam pengujian hipotesis penelitian adalah membentuk model persamaan dengan hasil penghitungan uji regresi berupa uji regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel dibawah.

Tabel 15. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,679	3,202		2,710	,008
¹ Kualitas Layanan (X1)	,180	,072	,235	2,514	,016
Tenor Angsuran (X2)	,363	,075	,454	4,760	,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2023

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 8,679 + 0,180X_1 + 0,363X_2 + e$$

Model persamaan regresi berganda tersebut bermakna :

1. Nilai konstanta sebesar 8,679 yang berarti jika tidak ada variabel Kualitas Layanan dan Tenor Angsuran sama dengan 0 maka nilai Keputusan Pembelian sebesar 8,679.
2. Variabel Kualitas Layanan (X1) = 0,180. Variabel Kualitas Layanan yang bertanda positif berarti berpengaruh. Yang artinya searah setiap penurunan atau pengurangan nilai satu satuan skor variabel kualitas layanan akan mengurangi nilai keputusan pembelian yaitu sebesar 0,180 persatuan skor
3. Variabel Tenor Angsuran (X2) = 0,363. Variabel harga yang bertanda positif berarti memiliki pengaruh yang searah artinya setiap pengurangan atau penurunan nilai satu satuan skor variabel tenor angsuran akan mengurangi nilai keputusan pembelian 0,363 per satuan skor

Pembahasan

1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada PT Alfa Scorpil Gatot Subroto Medan

Nilai koefisien regresi dari Kualitas Layanan (0,180) dengan t_{hitung} (2,415) > t_{tabel} (2,00247), dan dengan signifikansi (0.014) < (0,05) Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, artinya jika semakin tinggi Kualitas Layanan pegawai/karyawan PT Alfa Scorpil Gatot Subroto Medan kepada konsumen maka akan mempengaruhi kenaikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor di PT Alfa Scorpil Gatot Subroto Medan oleh konsumen, demikian sebaliknya. Makna dari temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor di PT Alfa Scorpil Gatot Subroto Medan. Hal ini membuktikan bahwa Kualitas Layanan sangat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Dari hasil penelitian diketahui masalah yang berkaitan dengan kualitas layanan sebanding dengan jumlah pembelian sepeda motor di PT Alfa Scorpil Gatot Subroto Medan sebab keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu bagi perusahaan yang bergerak pada industri otomotif khususnya sepeda motor untuk lebih meningkatkan kualitas layanan terhadap konsumen. Hal ini di akibatkan adanya pengaruh atas

kualitas layanan yang diberikan pegawai/karyawan serta seluruh aspek yang terlelibat dalam perusahaan kepada konsumen dalam meningkatkan jumlah penjualan.

2 Pengaruh Tenor Angsuran terhadap Keputusan Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan

Nilai t_{hitung} variabel Tenor Angsuran (X_2) sebesar $4,760 > t_{tabel}$ sebesar $1,98472$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). variabel X_2 memang memiliki pengaruh terhadap variabel Y dalam penelitian ini. Atau dapat dilihat dari nilai $Sig.$ $0,001 < 0,05$ sehingga variabel X_2 memang memiliki pengaruh terhadap variabel Y dalam penelitian ini. Artinya jika semakin tinggi tingkat perberdaaan Tenor Angsuran pada PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan dengan *dealer* lainnya maka akan mempengaruhi kenaikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor di PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan oleh konsumen, demikian sebaliknya. Masalah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kurangnya kinerja pegawai selama ini. Seharusnya siap dalam 3 hari, namun siapnya bisa 1 minggu lebih. Hal ini terjadi karena banyaknya beban tugas yang harus diselesaikan, sementara jumlah pegawai kurang. Ini membuat pekerjaan menumpuk.

Makna dari temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Tenor Angsuran berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor di PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan. Hal ini membuktikan bahwa variasi Tenor Angsuran sangat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Dari hasil penelitian diketahui masalah yang berkaitan dengan tenor angsuran sebanding dengan jumlah pembelian sepeda motor di PT Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan sebab keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu bagi perusahaan yang bergerak pada industri otomotif khususnya sepeda motor untuk berani memberikan tenor angsuran yang berbeda dari dealer lainnya. Hal ini di akibatkan adanya pengaruh atas perbedaan nilai tenor angsuran yang diberikan perusahaan kepada konsumen dalam menarik simpati konsumen dan meningkatkan jumlah penjualan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa dan evaluasi terhadap penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan tenor angsuran terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan, dapat tertarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai F hitung sebesar $26,341$ dengan nilai $Sig.$ sebesar $0,000 < 0,05$ maka tolak H_0 (terima H_1) ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan Kualitas Layanan dan Tenor Angsuran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada PT. Alfa Scorpii Gatot Subroto Medan.
2. Variabel Kualitas Layanan (X_1) dengan nilai t_{hitung} $2,514 > t_{tabel}$ sebesar $2,00247$ dan probalitas $Sig.$ $0,014 < 0,05$ dengan demikian dapat di simpulkan terima hipotesis H_0 dan tolak hipotesis H_2 yang menyatakan variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap

keputusan pembelian. Variabel Tenor Angsuran (X2) dengan nilai t_{hitung} 4,760 > nilai t_{tabel} 2,00247 dan probabilitas signifikan $0.001 < 0.05$ dengan demikian dapat disimpulkan Tolak H_0 dan terima Hipotesis H_2 yang menyatakan Variabel Tenor Angsuran berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Hasil perhitungan R *Square* adalah 0.589 hasil ini berarti 58.9% atau 60% keputusan pembelian dapat dijelaskan ke dua variabel independen diatas sedangkan sisanya $100\% - 60\% = 40\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di ikut sertakan.

DAFTAR REFERENSI

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Hasibuan, Malayu S.P. (2008). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tangerang). *Swot*, 7(3), 523–541.
- Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Edisi Revisi*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan, cetakan ke-7*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Alih bahasa oleh Bob Sabran, MM. Edisi Ketiga belas. Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, M. (2014). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Lovelock et al, Wowor. R. V, (2013). Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Emba Vol.1 No.4*
- Lupiyoadi, Anwar I & Satrio B (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Masak di Showroom Maxim House Wares Grand City Mall Surabaya, *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran, Vol. 4, No. 12*
- Maknunah, L. U., & Setiya Budi, E. (2020). Analisis perbandingan keputusan pembelian sepeda motor yamaha secara tunai dan kredit. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 13(2), 135–142.
- Rahmawati, Y. O., Kusniawati, A., & Setiawan, I. (2019). Pengaruh Customer Relationship Managemet Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi pada Konsumen Bahana Ciamis). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 1, 102–115.
- Rivai Veithzal,. (2012). *Islamic Financial Management*, Jakarta, Ghalia Indonesia
- Rizanul. (2023). Sepeda Motor Kian Padat di Kota Medan, Jumlahnya Lebih Banyak dari Populasi Penduduk – Kajianberita.com. Retrieved May 1, 2023, from Kajian Berita website: <https://www.kajianberita.com/2023/03/23/sepeda-motor-makin->

- [mengancam-medan/](#)
- Rofiyandi, Y. M. (2022). Pengertian Tenor Perlu Dipahami Sebelum Mengajukan Pinjaman - Istilah Ekonomi Katadata.co.id. Retrieved May 2, 2023, from katadata.co.id website: <https://katadata.co.id/redaksi/ekonopedia/6292cc64146a1/pengertian-tenor-perlu-dipahami-sebelum-mengajukan-pinjaman>
- Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. Retrieved from <http://journal.feb.unmul.ac.id>
- Suhardjono. (2013). *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah*, Jakarta:UPP AMP
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit ALFABETA, Bandung.
- Supramono, Gatot. (2009) . *Perbankan dan Masalah Kredit*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Utami, Cristina Widya (2006). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel. Modern)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuningsih, Anis. (2002). *Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karang Anyer*. Jakarta.
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Yamit, Zulian. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Edisi Pertama, Cetakan Keenam. Ekonisia. Yogyakarta
- <https://www.aisi.or.id/> : Statistic Distributions of Domestic And Export Motorcycle Since 1996-2023. Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (*Association Of Indonesia Motorcycle Industry*)
- <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/motor-vehicle-production#:~:text=Produksi%20Kendaraan%20Bermotor%20Indonesia%20dilaporkan,sampai%202022%2C%20dengan%2026%20observasi.>