

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.



UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

JIMMBA

Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi

Homepage: <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADAMUNCUL BURSA MOTOR KEBUMEN

Dhilam Indra Kusuma

195503843

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

KEBUMEN

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product diversity, service quality and location on repurchase interest at the Kebumen Motor Exchange. The sample in this research is consumers interested in repurchasing at the Kebumen Motor Exchange, totaling 100 people. The results prove the first hypothesis that product diversity influences repurchase interest. The results of the second hypothesis are that service quality influences repurchase intention. The results prove the third hypothesis that location influences repurchase interest. The results of the fourth hypothesis are that product diversity, service quality and location simultaneously have a significant influence on repurchase intention.

Keywords: Product Diversity, Service Quality, Location and Repurchase Intention.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk, kualitas pelayanan, dan Lokasi terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Sampel pada penelitian ini yaitu konsumen minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen yang berjumlah 100 orang. Hasil pembuktian hipotesis pertama bahwa keragaman produ berpengaruh terhadap minat beli ulang. Hasil hipotesis ke dua bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang. Hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat beli ulang. Hasil hipotesis keempat bahwa keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Minat Beli Ulang.

Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri otomotif dari tahun ke tahun memberikan pencapaian yang cukup besar bagi perekonomian tanah air, sektor industri otomotif merupakan salah satu sektor andalan negara Indonesia dari segi penjualan ekspor maupun impor. Pabrik buatan Indonesia sudah diakui memiliki beberapa keunggulan dan kualitas yang baik untuk beberapa jenis dan tipe sepeda motor dari berbagai macam merek yang memiliki desain, keunggulan serta fitur unggulan lainnya yang berbeda-beda membuat banyak sekali merek motor yang berkembang. Perusahaan harus melakukan strategi di dalam persaingan yang semakin tinggi di industri otomotif khususnya sepeda motor. Perusahaan harus meningkatkan keunggulan yang terbaik untuk produk yang di tawarkan kepada konsumen agar perusahaan dapat merebut pasar dan bisa meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Persaingan industri otomotif khususnya sepeda motor di Indonesia melibatkan beberapa merek sepeda motor yang sudah terkenal seperti Honda, Yamaha, dan Suzuki. Saat ini industri otomotif untuk kendaraan sedang mengalami kemajuan yang cukup pesat. Perkembangan industri otomotif di Kebumen sangat cepat dan cenderung meningkat tiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat akan sarana transportasi yang memadai. Terbukti dengan semakin ramainya jalanan kota dan lalu lintas yang semakin

padat oleh kendaraan bermotor. Di sekeliling kita banyak berbagai motor berbagai varian warna dan bentuk motor yang bagus dan kualitas baik. Fenomena ini tidak hanya berlaku bagi sepeda motor roda dua saja, melainkan sepeda motor roda tiga untuk memudahkan usaha dalam mengantar barang. Muncul Bursa Motor Kebumen merupakan dealer yang menyediakan beragam produk dari sepeda motor roda dua, sepeda motor rod tiga seperti Viar. Muncul Bursa Motor Kebumen juga menyediakan jual beli motor second dan baru. Muncul Bursa Motor Kebumen juga menerima tukar tambah kendaraan, khususnya bagi konsumen yang sebelumnya pernah melakukan pembelian kendaraan pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Fenomena ketatnya persaingan bisnis di dunia otomotif, Muncul Motor Kebumen harus berusaha yang terbaik dan berinovasi untuk terus memberikan pelayanan kepada setiap pelanggannya. Upaya ini harus dilakukan guna mempertahankan pelanggan dan meningkatkan konsumen untuk minat beli ulang pada Muncul Motor Kebumen.

No	Tahun	Konsumen Lama Melakukan Pembelian Ulang	Konsumen Baru
1.	2019	69%	20%
2.	2020	70%	30%
3.	2021	85%	35%

Tabel diatas menunjukkan Muncul Motor Kebumen mengalami peningkatan dalam minat membeli ulang pada Muncul Bursa Motor

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.

Kebumen, hal ini dapat dilihat pada tabel diatas konsumen lama pada tahun 2019 yang minat membeli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen sebesar 69% sedangkan konsumen baru sebesar 20%. Tahun 2020 konsumen lama yang minat membeli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen sebesar 70% sedangkan konsumen baru sebesar 30%. Tahun 2021 konsumen lama yang minat membeli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen sebesar 85% sedangkan konsumen baru sebesar 35%.

Berdasarkan hasil observasi kepada 35 konsumen yang minat membeli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen, menunjukkan hasil faktor yang diduga mempengaruhi tingkat minat membeli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen karena keragaman produk sebanyak 37%. Konsumen yang minat membeli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen karena kualitas pelayanan sebanyak 29%. Konsumen yang minat membeli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen karena lokasi 26%. Konsumen yang minat membeli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen karena kualitas produk sebanyak 8%.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen (Konsumen Pada Muncul Bursa Motor Kebumen)**”.

Kajian Teori

Minat Beli Ulang

Menurut Ali Hasan (2018: 131), minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakuakn dimasa lalu. Menurut Ali Hasan (2018: 131), indikator minat beli ulang yaitu:

- a. Minat *transaksional*
- b. Minat *referensial*
- c. Minat *preferensial*
- d. Minat *eksploratif*

Keragaman Produk

Menurut Philip Kotler (2015:358), keragaman produk adalah kumpulan produk dan barang yang ditawarkan perusahaan untuk dijual oleh penjual tertentu. Menurut Philip Kotler (2015:364), keragaman produk dibatasi pada indikator sebagai berikut:

- a. Variasi merek produk
- b. Variasi kelengkapan produk
- c. Variasi ukuran produk
- d. Variasi kualitas produk

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 156), kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Menurut Fandy Tjiptono (2016: 284), terdapat lima indikator dalam kualitas pelayanan yaitu:

- a. Reliabilitas (*reliability*).
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*).
- c. Jaminan (*Assurance*).
- d. Empati (*Empathy*).
- e. Bukti Fisik (*Tangible*).

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.

Lokasi

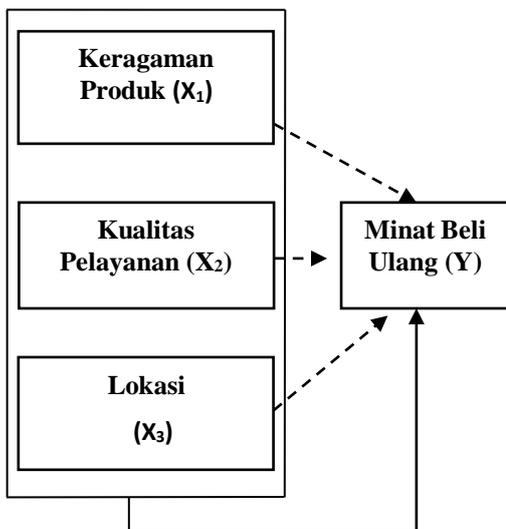
Menurut Tjiptono (2015: 345), lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (2015: 92) lokasi dibatasi pada indikator:

- a. Akses
- b. *Vasibilitas*
- c. Lalulintas
- d. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman
- e. *Ekspansi*
- f. Lingkungan
- g. Kompetisi yaitu lokasi pesaing,
- h. Peraturan pemerintah

Model Empiris

Berdasarkan pada tinjauan pustaka yang telah di uraikan di atas mengenai variabel Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar II-1
Model Empiris



Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pada penelitian ini :

- H1 : Keragaman Produk berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.
- H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.
- H3 : Lokasi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.
- H4 : Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi, secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Konter Muncul Bursa Motor Kebumen.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2014: 115), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Muncul Bursa Motor Kebumen yang jumlah populasinya tidak terbatas.

Sampel

Menurut Sugiyono (2014: 116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.

besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah konsumen pada Muncul Bursa Motor Kebumen dengan jumlah 100 responden.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2014: 118), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2014: 118), *simple random sampling* adalah dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhartikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah konsumen pada Muncul Bursa Motor Kebumen.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dimaksud untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan dan akurat melalui :

- a. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
- b. Kuesioner yaitu dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada responden. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, Sugiyono (2008: 143).
 1. Sangat Setuju skor = 4
 2. Setuju skor = 3
 3. Tidak Setuju skor = 2
 4. Sangat Tidak Setuju skor = 1
- c. Studi Pustaka, yaitu dengan mengambil teori-teori yang ada pada literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Dalam perhitungan pengolahan data regresi linier berganda analisis jalur peneliti mempergunakan alat bantu yang berupa program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows* versi 25

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

- a. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Minat Beli Ulang Berdasarkan analisis untuk variabel keragaman produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.

- minat beli ulang, karena nilai t_{hitung} sebesar 2,859 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,002 dibawah batas penerimaan 0,050 maka Hipotesis 1 dapat diterima. Hal ini berarti semakin lengkap keragaman produk yang tersedia di Muncul Bursa Motor Kebumen maka semakin baik juga minat beli ulang konsumen pada Muncul Bursa Motor Kebumen, artinya bahwa peran keragaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.
- b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, karena nilai t_{hitung} sebesar 2,226 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,028 dibawah batas penerimaan 0,050 maka Hipotesis 2 dapat diterima. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan karyawan Muncul Bursa Motor Kebumen maka semakin baik juga minat beli ulang konsumen, artinya bahwa peran kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.
- c. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang. Berdasarkan analisis untuk variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, karena nilai t_{hitung} sebesar 2,895 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,005 dibawah batas penerimaan 0,050

maka Hipotesis 3 dapat diterima. Hal ini berarti semakin baik lokasi Muncul Bursa Motor Kebumen maka semakin baik juga minat beli ulang konsumen, artinya bahwa peran lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang.

- d. Berdasarkan analisis diperoleh F_{hitung} sebesar 10,945 dengan tingkat signifikansi 0.000, karena probabilitas 0.000 jauh lebih kecil dari 0,050. Berdasarkan hasil tersebut bisa dikatakan bahwa variabel lokasi (X1), fasilitas (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen (Y) secara simultan, maka dapat disimpulkan hipotesis 4 dapat diterima.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap variabel dependen minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Pembahasan yang lebih lanjut dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan analisis untuk variabel keragaman produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang karena nilai

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.

karena nilai t_{hitung} sebesar 2,859 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,005 dibawah batas penerimaan 0,050. Besarnya pengaruh keragaman produk terhadap minat beli ulang sebesar 0,232 atau 23,2%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik keragaman produk yang tersedia pada Muncul Bursa Motor Kebumen mampu mempengaruhi tingkat minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Bagi pihak manajemen Muncul Bursa Motor Kebumen diharap untuk memperhatikan keragaman produk seperti kelengkapan produk, keragaman merek produk, keragaman variasi bentuk dan jenis produk. Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widodo Lestari (2017), hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif keragaman produk dengan minat beli ulang konsumen. Artinya keragaman produk mempunyai hubungan yang positif untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang karena nilai karena nilai t_{hitung} sebesar 2,226 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,028 dibawah batas penerimaan

0,050. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang sebesar 0,166 atau 16,6%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan karyawan Muncul Bursa Motor Kebumen mampu mempengaruhi tingkat minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Bagi pihak manajemen Muncul Bursa Motor Kebumen diharap untuk memperhatikan kualitas pelayanan seperti kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka secara cepat, karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen. Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agung Ekaprana (2020), hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif kualitas pelayanan dengan minat beli ulang konsumen. Artinya kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan analisis untuk variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang karena nilai karena nilai t_{hitung} sebesar 2,895 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,005 dibawah batas penerimaan

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.

0,050. Besarnya pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang sebesar 0,129 atau 12,9%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi Muncul Bursa Motor Kebumen mampu mempengaruhi tingkat minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Bagi pihak Manajemen Muncul Bursa Motor Kebumen diharap untuk memperhatikan pemilihan lokasi yang baik seperti lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum, lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman. Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat (2019), hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif lokasi dengan minat beli ulang konsumen. Artinya lokasi mempunyai hubungan yang positif untuk meningkatkan minat beli ulang.

4. Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang secara simultan (bersama-sama).

Berdasarkan analisis diperoleh F_{hitung} sebesar 10,945 dengan tingkat signifikansi 0.000, karena probabilitas 0.000 jauh lebih kecil dari 0,050. Berdasarkan hasil tersebut bisa dikatakan bahwa variabel keragaman produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap

minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen (Y) secara simultan. Artinya ketiga variabel tersebut mempunyai kontribusi yang positif untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen.

Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah konsumen pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Keragaman produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Artinya peran keragaman produk dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa keragaman produk yang lengkap bervariasi banyak pilihan akan berdampak pada minat beli ulang di Muncul Bursa Motor Kebumen, begitu juga sebaliknya keragaman produk yang kurang lengkap akan berakibat pada penurunan tingkat minat beli ulang.

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.

2. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Artinya peran kualitas pelayanan dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada minat beli ulang di Muncul Bursa Motor Kebumen, begitu juga sebaliknya kualitas pelayanan yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat minat beli ulang.
3. Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Artinya peran lokasi dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa lokasi konter yang baik akan berdampak pada minat beli ulang di Muncul Bursa Motor Kebumen, begitu juga sebaliknya lokasi yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.
4. Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi mempunyai pengaruh positif secara bersama-sama terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Artinya

peran ketiga variabel tersebut dalam penelitian ini sangat penting untuk meningkatkan minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen

Saran

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi manajemen Muncul Bursa Motor Kebumen yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen Muncul Bursa Motor Kebumen diharap untuk memperhatikan keragaman produk yang baik untuk meningkatkan minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Upaya yang seharusnya diterapkan Muncul Bursa Motor Kebumen untuk menyediakan menambah variasi dari keragaman warna produk kususny pada variasi produk unggulan Viar, karena produk yang sering dicari oleh konsumen pada Muncul Bursa Motor yaitu produk dari Viar.
2. Bagi pihak manajemen Muncul Bursa Motor Kebumen diharap untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Upaya yang seharusnya diterapkan pada Muncul Bursa Motor Kebumen untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen seperti pelayanan pada Muncul Bursa Motor Kebumen

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.

mampu memberikan pelayanan sesuai harapan pelanggannya, pelayanan pada Muncul Bursa Motor Kebumen mampu menjelaskan dengan baik dan memberikan informasi dengan baik, pelayanan pada Muncul Bursa Motor Kebumen cepat menghadapi keluhan konsumennya, pelayanan pada Muncul Bursa Motor Kebumen mampu memberikan pelayanan dengan baik dan mampu memahami keinginan pelanggannya dan memberikan sistem layanan bergaransi dari produk yang dibeli.

3. Bagi pihak manajemen Muncul Bursa Motor Kebumen diharapkan untuk memperhatikan lokasi yang baik untuk meningkatkan minat beli ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen. Upaya yang seharusnya diterapkan pada Muncul Bursa Motor Kebumen untuk menentukan letak lokasi usaha Muncul Bursa Motor Kebumen harus mempertimbangkan seperti akses lokasi Muncul Bursa Motor Kebumen yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum, lokasi atau tempat usaha yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, lokasi Muncul Bursa Motor Kebumen memiliki tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman dan jauh dari tempat ibadah.

Daftar Pustaka

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi

kedelapan. Salemba Empat. Jakarta

Aditya. 2008. Judul Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Amstrong. Kotler. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall

_____. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga

_____. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta

Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta

Astuti. 2015. Pengaruh *Location, Brand Image, Product Knowledge* terhadap *Repurchase Intention*. (Studi kasus Boutique Bonia Grand Indonesia, Kota Kasablanka, dan Kemang Village). Skripsi Universitas Esa Unggul Jakarta.

Chistina Utami Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat

Deliyanti. Oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Laks Bang PRESSindo

Fandy Tjiptono. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta

- Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- _____. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi
- Fornell. 2013. Customer Satisfaction and Shareholder Value”, *Journal of Marketing*, Vol 68 (October), pp. 172-185.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hawkins, Monthersbaugh. 2013. *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy*. Twelfth edition, Mc. Graw.Hill International Edition.
- Heizer, and Render. 2015. *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Salemba Empat, Jakarta
- Hellier, et al. 2013. Customer repurchase intention A general structural equation model”. *European Journal of Marketing* Vol. 37 No. 11/12, 2013 pp. 1762-1800.
- Hidayat. 2019. Pengaruh Suasana Toko, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang di Toko UD. Naysila Toys simpang SKPD.
- Hisbulloh. 2020. Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* pada CV. Palembang Craft Jogja.
- Lovelock. Wirtz. 2011. “*Pemasaran Jasa Perspektif* edisi 7”. Jakarta : Erlangga
- Keller dan Kotler. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- _____. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Munawaroh. (2013). *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Malang: PT Intimedia.
- Marheingsih. 2020. Pengaruh Variasi Produk, dan Fasilitas terhadap Minat Beli Ulang pada Café Ilo Peta Kota Bima.
- Pratama. 2019. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Niat Beli Ulang pada PT Great Seasons Travel Kota Batam*. Manajemen, Universitas Putera Batam.
- Sopiah dan Syihabudin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Malang: Andi.
- Subagio. 2014. *Pengaruh Store Image terhadap Repurchase Intention pada Toserba Ramai Ngawi*. Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada Muncul Bursa Motor Kebumen.

Kristen Petra. Vol. 1, No. 2, 2014

Sugiharto. 2013. *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Konsumen The Vinnette (House of Bovin and Lynette) Surabaya*”. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2 No. 1 Hal. 1-14, 2013

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta

_____. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta

_____.2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

Uriatin. 2013. Pengaruh *Store Image* terhadap *Repurchase Intention* produk private label Carrefour, Giant dan Hypermart di Suarabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 2 No. 2 (2013)