

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DI UD. LINDA TELUKDALAM

Dian Anita Nuswantara¹, Riusman Lase^{2*}, Aluiwaaauri Tafonao³

¹Universitas Negeri Surabaya, ^{2,3}Universitas Nias Raya

(diananita@unesa.ac.id¹, riusmanlase@gmail.com², alui.tafonao@gmail.com³)

Abstrak

Permasalahan penelitian ini adalah minat beli konsumen yang relatif rendah Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan, merek, harga dan ketersediaan barang terhadap minat beli konsumen di UD. Linda Telukdalam. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen UD. Linda Telukdalam sebanyak 37 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh menggunakan data angket yang disebarakan kepada 37 konsumen di UD. Linda Telukdalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan, merek, harga dan ketersediaan barang mempengaruhi secara positif dan signifikan minat beli konsumen di UD. Linda Telukdalam. Disimpulkan bahwa ketika terjadinya peningkatan pada faktor kualitas pelayanan, merek, harga dan ketersediaan barang, maka minat beli konsumen mengalami peningkatan. Peneliti menyarankan (1) UD. Linda Telukdalam perlu memberikan pelayanan secara konsisten kepada konsumen sehingga konsumen senang dan mau membeli ulang. Pelayanan yang konsisten seperti mengutamakan melayani konsumen yang sudah lama dating; (2) UD. Linda Telukdalam perlu menunjukkan sikap empati terhadap konsumen seperti mendekati dan menganggap konsumen sebagai teman dekat atau keluarga sehingga memberikan kesan yang baik kepada pembeli; (3) UD. Linda Telukdalam harus memperhatikan dan menyesuaikan harga barangnya dengan pesaing lainnya sehingga barang yang ditawarkan dapat dijangkau oleh konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan; Merek; Harga; Ketersediaan Barang.*

Abstract

Problems of this research is enthusiasm buy consumer which relative lower the Target of this research is to know influence of service quality factor, brand, price and availability of goods to enthusiasm buy consumer in UD. Linda Telukdalam. this Type Research is quantitative. Subject in this research is consumer of UD. Linda Telukdalam counted 37 people. Result of this research indicate that the existence of influence use propagated enquette data to 37 consumer in UD. Linda Telukdalam. Result of research indicate that service quality factor, brand, price and availability of goods influence positively and enthusiasm significan buy consumer in UD. Linda Telukdalam. Concluded by that when the happening of make-up of at service quality factor, brand, price and availability of goods, hence enthusiasm buy natural consumer of improvment. Researcher suggest (1) UD. Linda Telukdalam require to give service consistently to consumer so that consumer like and will buy to repeat. consistent service like majoring to serve consumer which have is old [of] dating; (2) UD. Linda Telukdalam require to show empathy attitude to consumer like coming near

and assuming consumer as close friend or family so that give good impression to buyer; (3) UD. Linda Telukdalam have to pay attention and accomodate its goods price with other competitor so that goods which on the market can be reached by consumer.

Keyword: *Quality of Service, Brand, Price, Availability of Goods.*

A. Pendahuluan

Adapun faktor-faktor yang dapat

Salah satu upaya dalam mempengaruhi minat beli yang dominan meningkatkan minat beli dengan yaitu kualitas pelayanan, merek, harga dan memperhatikan persepsi terhadap apa ketersediaan barang. Kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen. Konsumen adalah nilai lebih dari pelayanan yang akan menampakkan perilakunya setelah diterapkan oleh penjual kepada konsumen. melakukan persepsi terhadap keputusan Dengan adanya kualitas pelayanan tentu apa yang akan diambil dalam membeli akan membuat konsumen nyaman dan suatu barang. Persepsi merupakan suatu senang hingga akhirnya berminat untuk proses yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang ditempat usaha. Kualitas pelayanan memilih, mengatur dan menafsirkan. ini dapat dilihat dari bentuk fisik maupun Proses dalam memilih, mengatur dan non fisik. Pelayanan fisik seperti menafsirkan merupakan hal yang sangat penampilan dari tenaga kerja, ketersediaan penting berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai ruang tunggu, toilet dan tempat parkir. dan harapan setiap individu. Selain dari hal tersebut, dalam meningkatkan minat beli konsumen, perlu memperhatikan kualitas dari produk yang dapat membuat secara pelayanan dan harga. Naik atau turunnya konsisten pelanggan akan selalu memilih minat beli konsumen, disebabkan oleh produk tersebut. Produk yang memiliki kualitas pelayanan dan juga harga. merek dan dikenal lebih luas oleh pasar serta diseimbangi dengan kualitas Pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau akan membuat pelanggan terhadap produk tersebut akan membuat merasa puas dan memungkinkan mereka produk tersebut terkenal dan mudah dicari untuk datang kembali melakukan dimana-mana. Produk yang memiliki pembelian ulang. merek kuat akan membuat konsumen

untuk membeli secara terus-menerus. Sikap dari konsumen ketika melakukan pembelian sangat memperhatikan akan kualitas terhadap produk yang dibeli tersebut meskipun produk yang dibeli merupakan produk yang baru atau pertama kali dibeli. Dengan memperhatikan kualitasnya dan terbukti sesuai dengan harapan konsumen tentu akan membuat pembeli menandai merek dari produk yang telah dibeli sebelumnya sehingga di waktu membutuhkan produk tersebut akan dibeli ulang secara terus menerus karena kepercayaannya atas kesan atau pengalaman sebelumnya.

Harga juga menjadi salah satu faktor karena konsumen suka membandingkan harga dari setiap penjual di pasar. Oleh karena itu, produk yang sama di setiap usaha dagang tetapi terdapat harga yang relatif rendah dari tempat usaha dagang lainnya tentu konsumen akan berminat untuk membeli di tempat usaha yang menawarkan harga termurah. Kenyataannya ada banyak produk yang sama tetapi memiliki harga yang berbeda-beda. Hal tersebut dapat ditentukan dari jenis kualitas dan juga bagian dari strategi usaha. Dimana tawaran yang dipasarkan

membedakannya dengan tawaran usaha lain dengan jenis produk yang sama dan kualitas yang sama. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan membuatnya melakukan pembelian di tempat usaha.

Ketersediaan barang merupakan sejauhmana sikap konsumen terhadap ketersediaan produk yang ada. Ketersediaan produk di tempat usaha membuat konsumen tidak kecewa sehingga mendorongnya untuk membeli produk di tempat usaha secara terus-menerus. Untuk menjaga agar persediaan barang di tempat usaha selalu ada tentu pemasar dituntut untuk memperhatikan barang mana saja yang ketersediaannya berkurang sehingga sebelum mengalami ketidaktersediaan barang di tempat usaha produk tersebut sudah di order atau melakukan pembelajannya dari pabrik agar produk selalu ada dan bisa di order dengan cepat dan efektif sesuai dengan permintaan konsumen.

Minat beli konsumen merupakan perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi barang sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap produk. Definisi minat beli menurut Thamrin dalam

Dewi (2014) adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Selanjutnya, menurut Schiffman dan Kanuk dalam Shahnaz dan Wahyono (2016) bahwa minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan.

Berdasarkan pendapat di atas, disimpulkan bahwa minat beli merupakan suatu keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen secara berulang yang membuat dirinya tertarik akan produk tersebut dan merasa bahwa produk tersebut memenuhi kebutuhannya.

Olsen dan Wyckoff dalam Diza dkk (2016) mengatakan bahwa jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan. Kotler dalam Lubis (2017), mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun

dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang penjual kepada pembeli/ konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan pendapat di atas, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tindakan atau kegiatan yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, tetapi memberikan nilai tambahan dari harapan atau keinginan konsumen.

Konsep merek tidak terlepas dari kecitraan atas kualitas yang dimiliki oleh suatu produk sehingga konsumen merasa nyaman untuk menggunakan produk yang di tawarkan oleh usaha. Merek merupakan aspek yang sangat penting dari merek dan dapat didasarkan kepada kenyataan atau fiksi tergantung bagaimana konsumen mempersepsikannya. Pendapat tersebut di atas, diperkuat oleh Surachman dalam Prasetya (2014) menjelaskan bahwa merek adalah suatu pandangan masyarakat terhadap suatu produk". Pendapat ini memberikan tanggapan bahwa citra merek merupakan hasil evaluasi berdasarn

persepsi masyarakat terhadap suatu produk.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa merek merupakan suatu nama produk yang melekat pada benak seorang konsumen karena produk tersebut sangat dipercayai untuk dikonsumsi.

Harga dalam kegiatan bisnis dapat diartikan sebagai nilai atas produk yang ditagihkan kepada pembeli. Menurut Tandjung dalam Achidah dkk (2016), harga adalah jumlah uang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal. Pengertian ini cukup memberikan penjelasan bahwa harga merupakan ketentuan nilai suatu produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. Kotler dan Keller dalam Samosir (2015) menjelaskan bahwa harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya.

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan di atas, maka ditarik suatu kesimpulan bahwa harga merupakan suatu ketentuan yang diberikan oleh penjual tentang jumlah yang harus dikeluarkan

oleh pembeli untuk mendapat produk sesuai dengan kesepakatan antara penjual dengan pembeli.

Ketersediaan barang menjadi salah satu faktor penting dalam menumbuhkan minat beli konsumen di tempat usaha. Ketersediaan barang merupakan kelebihan dari penjual untuk menyiapkan kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan oleh pembeli. Menurut Conlon dan Mortimer dalam Sugiharto (2020) menyatakan ketersediaan produk adalah suatu faktor yang berkaitan dengan ketersediaan produk ataupun kemudahan untuk memperoleh produk tersebut, serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam rangka mengkonsumsi produk tersebut.

Selanjutnya, menurut Gilbert dalam Widodo (2016) menjelaskan bahwa ketersediaan barang merupakan keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada konsumen dalam memberikan layanan, letak toko, dan nama barang dagangannya.

Berdasarkan pendapat di atas, disimpulkan bahwa ketersediaan barang merupakan sebuah nilai baik kepada

penjual dalam melengkapi setiap produk yang dibutuhkan.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sujarweni (2014:39) bahwa "Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran)". Penelitian ini bersifat asosiatif yaitu hubungan antara variabel yang satu atau lebih dengan variabel lainnya.

Jenis data pada penelitian ini adalah menggunakan data primer. Menurut Siagian dan Sugiarto (2000:16) "Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, dari individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti". Sumber data diperoleh dari konsumen melalui penyebaran angket atau koesioner kepada konsumen UD. Linda Telukdalam..

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Regresi berganda adalah model

regresi dengan lebih dari satu variabel penjelas. Disebut berganda karena banyaknya faktor yang mungkin mempengaruhi variabel tak bebas. Hubungan fungsional antara variabel tergantung (Y) dengan variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3 , X_4) secara umum dapat ditulis sebagai berikut (Suliyanto, 2011:53):

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4)$$

Atau persamaan regresi liniernya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel minat beli

a = Konstanta

b_1 = Koefesiensi regresi untuk X_1

b_2 = Koefesiensi regresi untuk X_2

b_3 = Koefesiensi regresi untuk X_3

b_4 = Koefesiensi regresi untuk X_4

X_1 = Variabel kualitas pelayanan

X_2 = Variabel merek

X_3 = Variabel harga

X_4 = Variabel ketersediaan barang

ε = Standar eror

Untuk mengestimasi koefisien regresi persamaan di atas diregres menggunakan metode *Ordinary Least Square*

(OLS), sehingga menghasilkan persamaan regresi linier berganda berikut:

$$\hat{Y} = a + \hat{b}_1 \bar{X}_1 + \hat{b}_2 \bar{X}_2 + \hat{b}_3 \bar{X}_3 + \hat{b}_4 \bar{X}_4$$

$$a = \frac{\sum Y - b_1 \sum X_1 - b_2 \sum X_2 - b_3 \sum X_3 - b_4 \sum X_4}{n}$$

$$\hat{b}_1 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum Y X_1) - (\sum Y X_1)(\sum X_1)}{(\sum X_1^2)(\sum X_1^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$\hat{b}_2 = \frac{(\sum X_2^2)(\sum Y X_2) - (\sum Y X_2)(\sum X_2)}{(\sum X_2^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_2 X_3)^2}$$

$$\hat{b}_3 = \frac{(\sum X_3^2)(\sum Y X_3) - (\sum Y X_3)(\sum X_3)}{(\sum X_3^2)(\sum X_3^2) - (\sum X_3 X_4)^2}$$

$$\hat{b}_4 = \frac{(\sum X_4^2)(\sum Y X_4) - (\sum Y X_4)(\sum X_4)}{(\sum X_4^2)(\sum X_4^2) - (\sum X_4 X_4)^2}$$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa

nilai t_{hitung} variabel merek (X_2) sebesar 3.440 dan tingkat signifikan sebesar 0,002.

Sedangkan nilai $t_{tabel} = 1.694$, karena nilai $t_{hitung} (3.440) > t_{tabel} (1.694)$ dan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0.05$, maka keputusannya adalah H_a diterima dan H_0

ditolak dengan kata lain bahwa variabel merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen di UD. Linda Telukdalam.

Dalam menganalisis regresi berganda ini, penulis menggunakan alat bantu pengolahan data yaitu *SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 16.0 for Windows*.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 3.966 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan nilai $t_{tabel} = 1.694$, karena nilai $t_{hitung} (3.966) > t_{tabel} (1.694)$ dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0.05$, maka keputusannya adalah H_a diterima dan H_0 ditolak dengan kata lain bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel harga (X_3) sebesar 3.805 dan tingkat signifikan sebesar 0,001. Sedangkan nilai $t_{tabel} = 1.694$, karena nilai $t_{hitung} (3.805) > t_{tabel} (1.694)$ dan tingkat signifikan sebesar

$0,001 < 0.05$, maka keputusannya adalah H_a diterima dan H_0 ditolak dengan kata lain bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen di UD. Linda Telukdalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel ketersediaan barang (X_4) sebesar 3.502 dan tingkat signifikan sebesar 0,001. Sedangkan nilai $t_{tabel} = 1.694$, karena nilai $t_{hitung} (3.502) > t_{tabel} (1.694)$ dan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0.05$, maka

keputusannya adalah H_a diterima dan H_0 ditolak dengan kata lain bahwa variabel ketersediaan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen di UD. Linda Telukdalam.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan metode *ordinary last square* (OLS) yang berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, merek, harga dan ketersediaan barang terhadap minat beli konsumen di UD. Linda Telukdalam dengan persamaan regresi yang diperoleh:

$$\hat{Y} = -11,209 + 0,322X_1 + 0,281X_2 + 0,313X_3 + 0,260X_4 + e$$

Keterangan :

$\hat{Y}$ = Variabel terikat yang diprediksikan

a = -11,209

b_1 = 0,322

b_2 = 0,281

b_3 = 0,313

b_4 = 0,260

X_1, X_2, X_3, X_4 = Variabel bebas

e = Nilai residu

Nilai 11,209 merupakan nilai konstanta (minat beli) jika nilai kualitas pelayanan, merek, harga dan ketersediaan barang sama dengan nol. Nilai 0,322 merupakan nilai koefisien dari variabel kualitas pelayanan (b_1) sebesar 0,322 artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada kualitas pelayanan, maka minat beli akan mengalami kenaikan sebesar 0,322 satuan di UD. Linda Telukdalam. Selanjutnya, koefisien regresi untuk b_2 sebesar 0,281 artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada merek, maka minat beli akan mengalami kenaikan sebesar 0,281 satuan di UD. Linda Telukdalam. Kemudian koefisien regresi untuk b_3 sebesar 0,313 artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada harga, maka minat beli akan mengalami kenaikan sebesar 0,313 satuan di UD. Linda Telukdalam dan koefisien regresi untuk b_4 sebesar 0,260 artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada ketersediaan barang, maka minat beli akan mengalami kenaikan sebesar 0,260 satuan di UD. Linda Telukdalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, merek, harga dan ketersediaan barang berpengaruh

terhadap minat beli konsumen di UD. Linda Telukdalam. Dengan kata lain bahwa minat beli konsumen pada UD. Linda Telukdalam dipengaruhi faktor kualitas pelayanan, merek, harga dan ketersediaan barang. Sebelumnya, telah dilakukan penelitian sebelumnya oleh Daniel Dama (2016) mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado. Penelitian bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado. Jenis penelitian yang digunakan dalam ini yaitu kuantitatif dengan metode analisis data regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado yaitu lokasi, kualitas pelayanan, harga dan promosi.

D. Penutup

Berdasarkan data dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di UD. Linda Telukdalam yaitu kualitas

pelayanan, merek, harga dan ketersediaan barang.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti menyarankan beberapa hal berikut ini:

1. UD. Linda Telukdalam perlu memberikan pelayanan secara konsisten kepada konsumen sehingga konsumen senang dan mau membeli ulang. Pelayanan yang konsisten seperti mengutamakan melayani konsumen yang sudah lama datang.
2. UD. Linda Telukdalam perlu menunjukkan sikap empati terhadap konsumen seperti mendekati dan menganggap konsumen sebagai teman dekat atau keluarga sehingga memberikan kesan yang baik kepada pembeli.
3. UD. Linda Telukdalam harus memperhatikan dan menyesuaikan harga barangnya dengan pesaing lainnya sehingga barang yang ditawarkan dapat dijangkau oleh konsumen.
4. UD. Linda Telukdalam perlu memperhatikan setiap apa yang menjadi kendala bagi usaha mengenai

minat beli konsumen yang kurang sehingga ke depan konsumen kembali melakukan pembelian di tempat usaha. Caranya seperti mengidentifikasi barang apa yang sering ditanyakan konsumen dan pemasar hendaknya menyediakan stok barang terlebih dahulu sebelum stok barang habis.

5. Kepada peneliti selanjutnya, jika berminat melanjutkan penelitian ini sebaiknya memperluas lebih banyak lagi mengenai faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen selain dari kualitas pelayanan, merek, harga dan ketersediaan barang dengan sampel yang lebih banyak.

E. Daftar Pustaka

Achidah, Nur. 2016. Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT. *Jurnal of Mangement*. Vol. 2, No. 2. Universitas Pandanaran Semarang.

Arum Widiatul Aini, & Adriani Kala'lembang. (2024). PENGARUH KOMUNIKASI DAN PELATIHAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN KEBUN RAYA PURWODADI PASURUAN. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 1-11.

<https://doi.org/10.57094/pareto.v9i2.2343>

Buulolo, R. (2024). Analisis Tata Cara Pemungutan Penyetoran Dan Pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 22 Oleh Bendaharawan Pemerintah Studi Kasus Kabupaten Nias Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 265-276.

<https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1384>

Dama, Daniel. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol. 16, No. 1. Universitas Sam Ratulangi.

Dewi, Chandra. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta. *Jurnal Informatika*. Vol. 1, No. 2. STIE-AUB Surakarta.

Diza, Farah. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT. Fifgroup Cabang Manado). *Jurnal EMBA*. Vol. 4, No. 1. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Evi Susilawati; dkk. (2023). Model-model pembelajaran di era metaverse. *Nuta Media*

Evi Susilawati; dkk. (2023). Project based learning dalam pembelajaran digital. *Nuta Media*

- Gaho, Y. (2023). PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 23-29. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1050>
- Harefa, D, Dkk. (2023). Relationship Student Learning Interest To The Learning Outcomes Of Natural Sciences. *International Journal of Educational Research and Social Sciences (IJERSC)*, 4(2), 240–246. <https://doi.org/https://doi.org/10.51601/ijersc.v4i2.614>
- Harefa, D. (2024). Preservation Of Hombo Batu: Building Awareness Of Local Wisdom Among The Young Generation Of Nias. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 1-10. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2334>
- Harefa, D. (2024). Strengthening Mathematics And Natural Sciences Education Based On The Local Wisdom Of South Nias: Integration Of Traditional Concepts In Modern Education. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 63-79. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2347>
- Harefa, D. (2024). The Influence Of Local Wisdom On Soil Fertility In South Nias. *Jurnal Sapta Agrica*, 3(2), 18-28. <https://doi.org/10.57094/jsa.v3i2.2333>
- Harefa, D., & Fatolosa Hulu. (2024). Mathematics Learning Strategies That Support Pancasila Moral Education: Practical Approaches For Teachers. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(2), 51-60. <https://doi.org/10.57094/afore.v3i2.2299>
- Harefa, D., (2017). Pengaruh Presepsi Siswa Mengenai Kompetensi Pedagogik Guru Dan Minatbelajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (Survey pada SMK Swasta di Wilayah Jakarta Utara). *Horison Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Lingusitik*, 7(2), 49–73.
- Laia, H. (2023). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PUSKESMAS. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 1-9. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1047>
- Lubis, Alfi Syahri. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Jurnal of Business Administration*. Vol. 1, No. 2. Politeknik Negeri Batam.
- Ndruru, S. (2023). PENGARUH MANAJEMEN KONFLIK TERHADAP KINERJA PEGAWAI PUSKESMAS. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 37-42. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1052>

- Prasetya, Chandra Hakim Arif. 2014. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT. Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 15, No. 2. Universitas Brawijaya.
- Rita Sari., Dkk. (2022). Metode penelitian SD/MI. Nuta Media
- Rustiani Duha, & Harefa, D. (2024). Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Samosir, Charlie Bernando Halomoan. 2015. Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Vol. 1, No. 3. Universitas Mercu Buana.
- Sarumaha, M, S., Dkk. (2023). Model-model pembelajaran. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/model-model-pembelajaran-0BM3W.html>
- Sarumaha, M,S., Dkk. (2023). Pendidikan karakter di era digital. CV. Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/pendidikan-karakter-di-era-digital-X4HB2.html>
- Sarumaha, M., & Harefa, D. (2022). Model Pembelajaran Inquiry Terbimbing Terhadap Hasil Belajar Ipa Terpadu Siswa. NDRUMI: Jurnal Pendidikan Dan Humaniora, 5(1), 27–36. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/NDRUMI>
- Sarumaha, M., Dkk. (2023). Sosialisasi Tumbuhan Ciplukan (Physalis Angulata L.) Sebagai Obat Tradisional. HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 22-35. <https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1994>
- Sarumaha, M., Dkk. (2024). Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal Nias Selatan: Membangun Identitas Budaya Pada Generasi Muda. 12(3), 663. <https://doi.org/10.37081/ed.v12i3.6585> sebagai Variabel Mediasi. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma: Tidak Diterbitkan.
- Shahnaz, N. B. Fidanty dan Wahyono. 2016. Faktor Yag mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. Management Analysis Journal. ISSN 2252-6552. Semarang: Conversation University.
- Siagian, Dergibson dan Sugiarto. 2000. Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simanulang, N.R., Dkk. (2022). Kumpulan aplikasi materi pembelajaran terbaik sekolah menengah atas. CV. Mitra Cendekia Media
- Sri Firmiaty., Dkk. (2023). Pengembangan peternakan di Indonesia. Nuta Media
- Sugiharto, Sugiono. 2020. Pengaruh Ketersediaan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang dengan

- Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening dalam Studi Kasus Airm Minum dalam Kemasan (AMDK) Cleo di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Universitas Kristen Petra.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabaru Press.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Susanti, Dewi. 2013. Pengaruh Kualitas Telaumbanua, K., & Harefa, D. (2024). Efektivitas Layanan Penguasaan Konten Dalam Meningkatkan Kreativitas Belajar . *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan*, 3(2), 16-29. <https://doi.org/10.57094/faguru.v3i2.19>
- Toni Hidayat, Amaano Fau, & Darmawan Harefa. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Index Card Match Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ipa Terpadu. *TUNAS : Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1), 61 - 72. <https://doi.org/10.57094/tunas.v4i1.885>
- Warae, Y. (2023). PENGARUH STRES KERJA DAN BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 30-36. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1051>
- Waruwu, Y., & Tafonao, A. (2023). PENGARUH PELATIHAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI KOMISI PEMILIHAN UMUM NIAS BARAT. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 17-22. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1049>
- Wau, F. T., & Mario Andrias Kiton. (2023). PENGARUH KEMAMPUAN, MOTIVASI KERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 10-16. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1048>
- Widodo, Tri. 2016. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga. *Jurnal Among Makarti*. Vol. 9, No. 17. STIE AMA Salatiga.