



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 10706-10717

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Pembelian Sepeda Motor Listrik di Bangkinang Kota

Hebry Andri Yadi<sup>1✉</sup>, Nany Librianty<sup>2</sup>, Arif Mudi Priyatno<sup>3</sup>

Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Email: [Hebryandriyadi37@gmail.com](mailto:Hebryandriyadi37@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan harga terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif, melibatkan 100 orang masyarakat Kecamatan Bangkinang Kota sebagai sampel penelitian, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang didapat dianalisis melalui analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan; Terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota. Terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dan harga terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota. Besar pengaruh inovasi produk dan harga terhadap minat pembelian sebesar 73% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Minat Pembelian, Inovasi Produk, Harga, Sepeda Motor Listrik*

## Abstract

This research aims to determine the influence of product innovation and price on interest in purchasing electric motorbikes at Bangkinang Kota. The research method used was quantitative, involving 100 people from Bangkinang Kota District as research samples, with data collection techniques using questionnaires. The data obtained was analyzed through multiple linear regression analysis with the SPSS program. The research results show; There is a significant effect between product innovation and interest in purchasing electric motorbikes in Bangkinang Kota. There is a significant effect between prices and interest in purchasing electric motorbikes at Bangkinang Kota. There is a significant effect between product innovation and price on interest in purchasing electric motorbikes at Bangkinang Kota. The effect of product innovation and price on purchase intention was 73%, while the remaining left could be influenced by other variables that are not examined in this research.

*Keywords: Product Innovation, Prices, Interest in Purchasing, Electric Motorcycle*

## PENDAHULUAN

Kehadiran sepeda motor dianggap sebagai alat transportasi primer masyarakat. Hal ini disebabkan karena sepeda motor dianggap lebih praktis, ekonomis serta mendukung kondisi infrastruktur transportasi di Indonesia. Berdasarkan data Polri yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia (2023), hingga akhir tahun 2022 terdapat total 125.267.349 unit sepeda motor, dimana jumlah ini terus meningkat selama 3 tahun terakhir. Hasil survei yang dirilis survey *Top Brand* mengukur sepeda motor favorit konsumen Indonesia pada tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Hasil Survey Top Brand Sepeda Motor Terfavorit di Indonesia Tahun 2022

Peringkat	Sepeda Motor Matic	Sepeda Motor Bebek	Sepeda Motor Sport
I	Honda Beat (34,2%)	Honda Supra (20,3%)	Honda CBR (31,4%)
II	Honda Vario (20,8%)	Honda Revo (15,8%)	Kawasaki Ninja (11,3%)
III	Yamaha Mio (13,3%)	Yamaha Jupiter (12,4%)	Yamaha V-ixion (8,6%)
IV	Honda Scoopy (9,9%)	Honda Blade (11,7%)	Yamaha R (4,8%)
V	Honda PCX (8,3%)	Yamaha Vega (3,0%)	Yamaha Byson (2,4%)

Sumber: beritajatim.com, tahun 2023

Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa untuk sepeda motor matic terfavorit konsumen adalah Honda Beat (34,2%), diikuti oleh Honda Vario (20,8%), Yamaha Mio (13,3%), Honda Scoopy (9,9%), dan Honda PCX (8,3%). Sepeda motor bebek terfavorit konsumen adalah Honda Supra (20,3%), diikuti oleh Honda Revo (15,8%), Yamaha Jupiter (12,4%), Honda Blade (11,7%) dan Yamaha Vega (3,0%). Sepeda motor Sport terfavorit konsumen adalah Honda CBR (31,4%), Kawasaki Ninja (11,3%), Yamaha V-ixion (8,6%), Yamaha R (4,8%) dan

Yamaha Byson (2,4%). Survey tersebut dapat disimpulkan, bahwa untuk sepeda motor berbahan bakar dari brand honda menduduki peringkat teratas untuk semua kategori sepeda motor terfavorit konsumen.

Provinsi Riau hingga tahun 2022 terdapat 3.617.512 unit sepeda motor Berbahan Bakar Minyak (BBM). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Riau (2023), pada akhir tahun 2022 jumlah sepeda motor terbanyak berada di Kota Pekanbaru sebagai ibu kota provinsi dengan total 650.283 unit. Kabupaten Kampar menjadi Kabupaten dengan jumlah sepeda motor terbanyak kedua se-Provinsi Riau dengan total 355.884 unit sepeda motor. Data Polres Kampar menyebutkan bahwa untuk Kecamatan Bangkinang Kota terdapat 15.337 unit sepeda motor.

Dalam penelitian Pratiwi (2020) menjelaskan pandangan konsumen tentang sepeda motor listrik dapat bervariasi tergantung pada beberapa faktor seperti preferensi pribadi, pengalaman menggunakan sepeda motor listrik, dan kesadaran akan isu lingkungan. Beberapa konsumen yang telah menggunakan sepeda motor listrik merasa puas dengan performa dan kenyamanannya, serta merasa bahwa sepeda motor listrik lebih hemat biaya operasional dan ramah lingkungan.

Inovasi sepeda motor listrik merupakan pengembangan teknologi sepeda motor yang menggunakan sumber daya listrik sebagai penggeraknya. Sepeda motor listrik menggunakan baterai sebagai sumber tenaga, yang diisi ulang menggunakan listrik dari jaringan listrik atau sumber daya terbarukan seperti tenaga surya. Sepeda motor listrik dianggap lebih ramah lingkungan karena tidak menghasilkan emisi gas buang dan bising yang tinggi seperti sepeda motor konvensional yang menggunakan mesin bahan bakar. Selain itu, sepeda motor listrik juga dianggap lebih hemat biaya operasional karena biaya pengisian listriknya yang lebih murah dibandingkan dengan biaya bahan bakar.

Fenomena di kalangan masyarakat masih banyak yang beranggapan bahwa sepeda motor listrik hanya diperuntukkan untuk kebutuhan transportasi jarak dekat, sedangkan untuk jarak jauh tidak bisa diandalkan. Selain itu, masih banyak masyarakat yang ragu pada hal keamanan saat musim penghujan dan jaminan baterai dapat bertahan lama. Dari segi harga yang ditawarkan pun dianggap masih relatif mahal seperti sepeda motor Berbahan Bakar Minyak (BBM), akibatnya konsumen lebih memilih untuk membeli sepeda motor konvensional karena dari segi penggunaan lebih kompleks digunakan untuk berbagai keperluan.

Penelitian relevan yang telah penulis rangkum tentang pengaruh inovasi produk dan harga terhadap minat pembelian produk, diantaranya yaitu Suyaman (2021) dengan judul pengaruh inovasi produk dan promosi penjualan terhadap minat beli sepeda motor suzuki

Satria F150 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa inovasi produk dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Berdasarkan output SPSS pengujian koefisien determinasi secara simultan pada menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 41,3% minat beli (Y) dapat dijelaskan oleh inovasi produk (X1) dan promosi penjualan (X2).

Potabuga (2022) dengan penelitian berjudul pengaruh inovasi produk terhadap minat beli motor yamaha di outlet yamaha 3S Ahmad Yani. Hasil penelitiannya menunjukkan inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 53,4% yang berarti variabilitas minat beli dapat dijelaskan oleh inovasi produk sebesar 53,4%, sementara sisanya sebesar 46,6% seperti kualitas pelayanan, preferensi merek, harga, kepuasan pelanggan, dan lain-lain.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dimana Sugiyono (2016) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang salah satunya berlandaskan pada alat statistik dan penggunaan numerikal untuk menggeneralisasikan kesimpulan. Penelitian kuantitatif juga kerap digunakan untuk menguji hipotesis secara statistik. Penelitian ini dilaksanakan di Bangkinang Kota. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 17 Juli 2023 hingga 24 September 2023. Adapun yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kecamatan Bangkinang Kota yang jumlahnya 37.247 jiwa (BPS, 2021). Populasi dalam penelitian ini cukup besar, maka dari itu untuk menentukan jumlah sampel dicari berdasarkan rumus Slovin menurut Swarjana (2022) dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel yang dicari

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = *Margin of error* ditetapkan 0,1 (10%)

$$n = \frac{37.247}{1 + 37.247 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{37.247}{1 + 37.247 (0,01)}$$

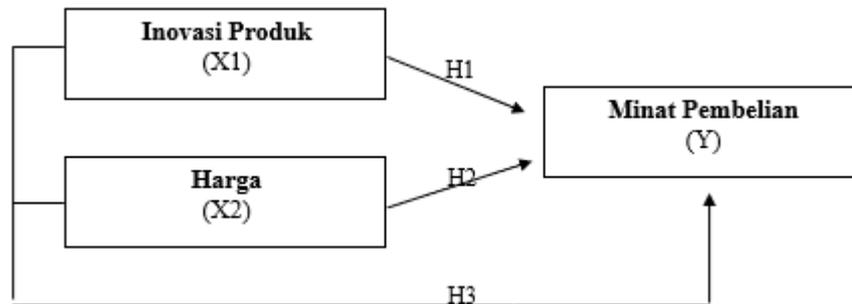
$$n = \frac{37.247}{1 + 372,47}$$

$$n = \frac{37.247}{373,47}$$

$$n = 99,73$$

$$n = 100 \text{ orang sampel}$$

Hasil perhitungan rumus slovin di atas menunjukkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini jumlahnya dibulatkan menjadi sebanyak 100 orang masyarakat di Kecamatan Bangkinang Kota.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Sumber: Rancangan Peneliti, Tahun 2023

Dalam rangka pengumpulan data dan informasi yang berhubungan dengan masalah penelitian, maka digunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu questioner/angket, observasi dan dokumentasi. Kemudian analisis data yang digunakan adalah Analisis deskriptif adalah statistik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian kualitas instrumen yang terdiri dari uji reliabilitas dan validitas dapat dilihat sebagai berikut:

### Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu indikator dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dalam kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, dan kaidah yang digunakan adalah menggunakan koefisien reliabilitas sebesar 0,60. Hasil uji reliabilitas dari indikator seluruh variabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel minat pembelian, inovasi produk dan harga memiliki nilai *cronbach' alpha* > 0,60 sehingga seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

## Hasil Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Kriteria yang digunakan untuk uji validitas adalah nilai *corrected item-total correlation*  $> 0,30$ . Hasil uji validitas penelitian ini dapat dijelaskan bahwa 8 item pernyataan pada variabel minat pembelian, 10 item pernyataan pada variabel inovasi produk dan 8 item pernyataan pada variabel harga semuanya memiliki nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  ( $> 0,30$ ) sehingga dinyatakan valid seluruhnya.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

Adapun tahapan uji prasyarat asumsi dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

### Hasil Uji Normalitas

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi normal atau tidaknya suatu data residual dari hasil jawaban sampel. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data dapat dilihat pada tabel *kolmogorov smirnov Z* dengan ketentuan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka datanya normal. Hasil pengujian normalitas pada pengujian data inovasi produk, harga dan minat pembelian semuanya memiliki nilai signifikan  $> 0,05$  sehingga kesimpulan yang diambil adalah seluruh data residual terdistribusi tersebut dinyatakan normal.

### Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Suatu model regresi harus dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance*  $> 0,1$  dan nilai *VIF*  $< 10$ . Variabel inovasi produk dan harga memiliki nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai *VIF*  $< 10$  dengan demikian dalam model regresi penelitian ini tidak ada masalah multikolinieritas.

### Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis terdiri dari uji t, uji F, uji regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi dengan hasil dijabarkan sebagai berikut:

### Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual menerangkan satu variasi variabel terikat (parsial). Pengujian dilakukan dengan dua sisi (*two tails*) dengan tingkat kepercayaan 95% atau 0,05. Untuk pengujian yang

dilakukan dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel *coefficient*, maka (signifikansi) dari variabel independen apakah berpengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel dependen. Untuk itu perlu diadakan perbandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Dalam penelitian ini nilai  $t_{tabel}$  ( $df - 2$  atau  $100 - 2 = 98$ ) pada taraf signifikan 0,05 adalah 1,985 (Ghozali, 2021). Hasil uji t pengaruh inovasi produk terhadap minat pembelian didapatkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,530 > 1,985$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$  dengan demikian hipotesis diterima, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota.

Hasil uji pengaruh harga terhadap minat pembelian diketahui nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $10,765 > 1,985$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  dengan demikian hipotesis diterima, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota.

#### Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh dua atau lebih variabel bebas menerangkan satu variasi variabel terikat (simultan). Pengujian dilakukan dengan dua sisi (*two tails*) dengan tingkat kepercayaan 95% atau 0,05. Nilai  $F_{hitung}$  akan dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  pada sampel 100 ( $df-2$  atau  $100-2 = 98$ ) pada taraf signifikan 0,05 yaitu sebesar 2,46 (Ghozali, 2021).

Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $134,960 > 2,46$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan demikian hipotesis diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dan harga terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota.

#### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model penelitian ini dengan menggunakan analisis data yaitu uji regresi linear berganda yang terdiri dari model koefisien regresi, maka persamaan tersebut diformulasikan kedalam sebuah persamaan yang melibatkan koefisien pengaruh antara variabel. Nilai konstanta ( $a$ ) sebesar 7,173 dan nilai koefisien variabel inovasi produk ( $bX1$ ) sebesar 0,188 sedangkan nilai koefisien variabel harga ( $bX2$ ) sebesar 0,524. Dengan demikian, diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X1 + \beta X2 + \epsilon$$
$$Y = 7,173 + 0,188 \text{ inovasi produk} + 0,524 \text{ harga} + \epsilon$$

Dimana :

Y = Minat pembelian

$a$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Inovasi produk

$X_2$  = Harga

$\varepsilon$  = Epsilon atau variabel lain yang tidak diteliti

Dari persamaan regresi linier berganda di atas menunjukkan hasil yaitu, Apabila inovasi produk sepeda motor listrik yang ditinjau dari keunggulan relatif, kesesuaian, kompleksitas, jaminan dan daya tarik visual meningkat sebesar 0,188 maka akan meningkatkan minat pembelian sebesar 7,173 secara konstan.

Apabila harga sepeda motor listrik yang ditinjau dari harga terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, memiliki daya saing harga, serta kesesuaian harga dengan manfaat meningkat sebesar 0,524 maka akan meningkatkan minat pembelian sebesar 7,173 secara konstan.

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa besar persentase kontribusi variabel inovasi produk dan harga mempengaruhi minat pembelian sepeda motor listrik di Kecamatan Bangkinang Kota.

Dijelaskan bahwa nilai *Adjusted R square* adalah sebesar 0,730 artinya inovasi produk dan harga memberikan kontribusi terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota sebesar 73% sedangkan sisanya yaitu sebesar 27% bisa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti ( $\varepsilon$  atau epsilon) dalam penelitian ini misalnya promosi, gaya hidup, strategi pemasaran, dan variabel lainnya terhadap minat pembelian.

#### Pembahasan

##### Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Pembelian

Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian sepeda motor listrik. Hasil kuesioner menunjukkan persepsi masyarakat pada sepeda motor listrik VIAR cocok untuk digunakan seluruh kalangan, dapat diandalkan mendukung aktivitas, kompatibel disegala kondisi jalanan, mudah untuk *maintenance*, mudah dikendarai, umur baterai yang dianggap lumayan awet, aman terhadap kondisi saat hujan karena komponen kelistrikan terlindungi, memiliki *body* yang elegan dan pilihan warna yang *stylish*.

Hasil penelitian ini turut mendukung penelitian terdahulu sebelumnya yaitu Suyaman (2021) dengan judul pengaruh inovasi produk dan promosi penjualan terhadap minat beli sepeda motor suzuki satria F150 (Survei pada komunitas suzuki satria F150 Indonesia). Hasil penelitiannya membuktikan bahwa inovasi produk dan promosi penjualan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil penelitian Potabuga (2022) dengan penelitian berjudul pengaruh inovasi produk terhadap minat beli motor yamaha di outlet yamaha 3S Ahmad Yani juga menunjukkan inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.

#### Pengaruh Harga Terhadap Minat Pembelian

Harga berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian sepeda motor listrik. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa masyarakat menganggap karena hanya menggunakan sistem listrik, maka harga sparepart akan terjangkau, harga yang ditawarkan menunjukkan kualitas, adanya jaminan garansi dari Dealer VIAR di Bangkinang yang mudah diakses, harga justru bersaing dengan sepeda motor konvensional, varian harga antara 5,9 juta sd 10,3 juta. Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diberikan serta sepeda motor listrik ini sangat cocok untuk kebutuhan berkendara di dalam kota.

Harga sepeda motor listrik adalah salah satu pertimbangan utama yang harus dipertimbangkan oleh konsumen sebelum mereka benar-benar memutuskan untuk membeli. Meskipun sepeda motor listrik menawarkan berbagai keunggulan, seperti efisiensi energi dan ramah lingkungan, harga awalnya biasanya lebih tinggi dibandingkan dengan sepeda motor berbahan bakar konvensional. Konsumen harus mempertimbangkan bukan hanya harga pembelian, tetapi juga biaya operasional jangka panjang yang mencakup perawatan, penggantian baterai, dan biaya pengisian daya. Namun, penting untuk diingat bahwa meskipun harga di awal mungkin lebih besar, sepeda motor listrik seringkali lebih hemat biaya dalam jangka panjang karena biaya pengisian daya yang lebih rendah dan kurangnya pemeliharaan mesin berbahan bakar. Oleh karena itu, konsumen harus mempertimbangkan dengan cermat semua faktor ini sebelum membuat keputusan pembelian sepeda motor listrik.

Fakta di lapangan saat ini adalah sebagian konsumen masih ragu karena dengan varian harga antara 5,9 juta sd 10,3 juta konsumen lebih tertarik untuk menjadikan DP pembelian sepeda motor konvensional. Kecamatan Bangkinang Kota saat ini juga mulai banyak masyarakat dari berbagai kalangan yang menggunakan sepeda motor listrik.

#### Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Minat Pembelian

Inovasi produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian sepeda motor listrik. Bahkan, besar kontribusi yang diberikan adalah 73% terhadap minat beli masyarakat di Kecamatan Bangkinang Kota. Ini berarti, inovasi dan harga menjadi faktor penentu seseorang memiliki minat dan keinginan untuk membeli sepeda motor listrik.

Inovasi produk dan harga memainkan peran kunci dalam membentuk minat

pembelian sepeda motor listrik. Inovasi produk telah menarik perhatian konsumen yang mencari alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan dan efisien. Selain itu pertimbangan harga menjadi faktor penentu terbesar dari pembentukan minat pembelian sepeda motor listrik sebagai alternatif opsi pilihan sepeda motor yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian, inovasi produk dan harga yang kompetitif memiliki dampak positif dalam meningkatkan minat pembelian sepeda motor listrik.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dirumuskan kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dan harga terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Bangkinang Kota. Besar kontribusi yang diberikan adalah 73% sedangkan sisanya bisa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: BPS Press.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. (2021). *Kecamatan Bangkinang Kota Dalam Angka 2021*. Bangkinang: BPS Press.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. (2023). *Provinsi Riau Dalam Angka 2023*. Pekanbaru: BPS Press.
- Bertens, J.P. (2010). *Perilaku konsumen*. Edisi terjemahan. Jakarta: Indeks.
- Buntarto. (2016). *Sepeda Motor Listrik*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Fauzan, A., dan Rohman, A. (2019) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 9(2), p-ISSN : 2088-219X.
- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Jakarta: Pustaka Utama.

- Harinowo, C., dan Khaidir, I.M.S. (2022). *Menuju Zaman Renewable Energy*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P., dan Shepherd, D.A. (2018). *Entrepreneurship Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiko, R.F., dan Waloejo, H.D. (2018). Pengaruh Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Minat Pembelian Sepeda Motor Honda Supra X 125. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), p-ISSN : 2252-3294, e-ISSN : 2548-4923.
- Maulana, Y.S., dan Alisha. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), e-ISSN: 2685-6972.
- Potabuga, F.W., Niode, I.Y., dan Ismail, Y.L. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Motor Yamaha Di Outlet Yamaha 3s Ahmad Yani. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), p-ISSN : 2620-9551, e-ISSN : 2622-1616.
- Pratiwi, A.A., Wibawa, B.M., dan Baihaqi, I. (2020). Identifikasi Atribut Sepeda Motor Listrik Terhadap Niat Beli: Kasus di Indonesia. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 9(1), 34-39, ISSN: 2337-3520.
- Rasyid, H.A., dan Indah, A.T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Perspektif*, 16(1), 39-49, p-ISSN: 1411-8637, e-ISSN: 2550-1178.
- Riduwan., dan Sunarto. (2019). *Pengantar Statistika untuk Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rofiaty. (2022). *Inovasi & Kinerja: Knowledge Sharing Behaviour pada UKM*. Bandung: UB Press.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Suyaman, D.J., Andriani, E.F., Alifiana, S., Juniar, D., dan Azzahra, F. (2021) Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(1), E-ISSN: 2599-3410.
- Swarjana, I.K. (2022). *Populasi-Sampel: Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Edisi IV. Yogyakarta: Andi.

Widjaja, Y.R., dan Wildan. (2023). Pengaruh inovasi produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1-13, e-ISSN: 2685-6972.

Yanuar, A. (2019). *Ensiklopedia Teknologi Lingkungan*. Bandung: Alprin Media Pustaka.