
Pengaruh Kualitas Produk Dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Avanza.
(Survei Pada Pemilik Mobil Toyota Avanza Di Jakarta Timur)

Resa Nurlaela Anwar; Ifan;
Universitas Darma Persada
resa.anwar@gmail.com¹; ifanphang14@gmail.com²;

ABSTRACT

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan fitur terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Avanza Mpv (survey pemilik Toyota Avanza di Jakarta Timur). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yaitu kepada pemilik Toyota Avanza di Jakarta Timur. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Regresi Linier Sederhana, Koefisien Determinasi (R^2), Uji Asumsi (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, Uji Heteroskedastisitas) dan Uji Hipotesis (Uji F dan Uji T) yang dilakukan sebagai persyaratan statistic yang harus dipenuhi dalam melakukan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Kualitas produk dan Fitur berpengaruh secara tidak langsung melalui keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Fitur dan Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Perkembangan jumlah penduduk di Indonesia sangatlah pesat serta beragam aktifitas yang dikerjakan oleh penduduk Indonesia. Setiap manusia harus melakukan aktifitasnya secara cepat dan tepat. Salah satu yang membantu aktifitas manusia adalah transportasi agar mempermudah dan mempercepat seseorang untuk berpindah tempat yang diinginkan. Maka dari itu, dibutuhkan sebuah sarana transportasi seperti mobil, motor dan lainnya.

Setiap hari semakin banyak orang yang menggunakan transportasi darat yaitu mobil. Diantara berbagai merek mobil, terdapat jenis mobil yang banyak diminati oleh konsumen yaitu kendaraan serba guna atau *Multi Purposive Vehicle* (MPV). *Multi Purposive Vehicle* (MPV) merupakan jenis kendaraan mobil yang di fungsikan untuk mengangkut banyak penumpang atau sebagai mobil keluarga. Saat ini jenis mobil MPV banyak digemari oleh sebagian besar orang sehingga banyak produsen dari berbagai perusahaan memproduksi mobil jenis MPV.

ARTICLE INFO:

Article history:

Received

Revised

Accepted

Available online

Keywords:

Kualitas produk, Fitur, Keputusan pembelian,

Namun melihat dari persepsi harganya jenis mobil keluarga merupakan kendaraan yang cukup banyak di pilih masyarakat. Banyak sekali merek kendaraan mobil yang ditawarkan, adapun merek mobil yang dikenal oleh banyak orang adalah Toyota Avanza, Mitsubishi Xpander dan Nissan Livina. Dalam berita detik Oto 13 mei 2021 menjelaskan bahwa segmen *low* MPV masih menjanjikan mengingat kapasitasnya yang bisa memuat sampai 7 orang penumpang.

Selama April 2021, penjualan *low* MPV masih menjanjikan apalagi mayoritas *low* MPV yang dijual di Indonesia sudah diproduksi di Indonesia dan mendapatkan diskon PPnBM (Pajak Penjualan atas Barang Mewah). Mobil di kelas 4x2 bermesin 1.500 CC kebawah mendapat diskon PPnBM sampai 100%. Mobil yang mendapatkan diskon PPnBM 100% itu salah satunya adalah mobil di kelas *low* MPV.

Di segmen *low* MPV ini Toyota Avanza masih berkuasa. MPV berjuluk mobil sejuta umat itu mencatat penjualan paling banyak di kelas *low* MPV. Berdasarkan data *wholesales* (distribusi dari pabrik ke dealer) yang dicatat gabungan industri kendaraan bermotor indonesia (Gakindo), Toyota Avanza terjual sebanyak 5.385 unit pada April 2021. Diposisi kedua adalah Mitsubishi Xpander yang terus menempel Avanza. Tanpa Xpander Cross yang masuk ke segmen *low* SUV, Mitsubishi Xpander yang bermain di segmen *low* MPV terjual sebanyak 3.092 unit. Kemudian Suzuki Ertiga dibawah Xpander, *low* MPV andalan Suzuki tersebut mencatat penjualan *wholesales* sebanyak 1.694 unit yang sekaligus menjadi *low* MPV terlaris dan ketiga dibawah Avanza dan Xpander.

Menurut data *wholesales* (Distribusi dari pabrik ke dealer) yang dicatat gabungan

industri kendaraan bermotor Indonesia (GAKINDO), bahwa menurut CNBC Indonesia pada Oktober 2020 Toyota Avanza tidak lagi menjadi mobil terlaris di Indonesia. Toyota Avanza harus merasa puas di posisi ke-5, capaian buruk ini terus berulang selama pandemic covid-19 menghantam Indonesia Maret 2020 lalu. Pada Oktober 2020 mobil terlaris di Indonesia dipegang oleh Honda Brio. Kolaborasi Honda Brio RS dan Honda Brio Satya yang menjual sebanyak 4.785 unit. Sumber dari www.cnbcindonesia.com.

Mengenai Avanza, saat Januari – Maret 2020 Avanza masih menjadi penguasa penjualan mobil terlaris secara bulanan. Namun, saat *pandemic* covid-19 semua peta berubah. Avanza perlahan terdepak dari singgasana. Mengapa Avanza kalah saing dari Honda Brio dikarenakan dari harga Honda Brio paling murah dibandingkan mobil Toyota Avanza. Dimasa *pandemic* keuangan konsumen menurun sehingga mempengaruhi minat konsumen dengan membeli mobil dengan harga yang murah dengan fitur terbaru. Dari pernyataan diatas walaupun Toyota Avanza memenangkan *top brand* dengan mengalahkan produk lainnya. Namun penjualan mobil Toyota Avanza pada tahun 2020 – 2021 mengalami penurunan penjualan dikarenakan berbagai faktor. Salah satu yang menyebabkan penjualan menurun dikarenakan kualitas produk dan fitur yang belum melakukan pembaruan sejak dari tahun 2011.

Salah satu yang membuat nilai daya tarik konsumen dalam keputusan pembelian adalah fitur. Menjelaskan bahwa pada tahun 2018 Toyota Avanza memberikan fitur standard keselamatan yaitu Dual SRS AirBag, side impact beam, 3-point seatbelt, Anti-lock breaking system (ABS) dan Immobilizer Key. Kemudia tahun 2019 Toyota Avanza

memberikan fitur tambahan yaitu fitur *child lock* yang berfungsi sebagai menonaktifkan *handle* pintu bagian dalam. Pada tahun 2020 Toyota Avanza memberikan tambahan beberapa fitur yaitu sensor parkir, *start stop engine* dan fitur *immobilizer*.

Mobil jenis MPV Toyota Avanza pada tahun 2009 memiliki kualitas produk dan fitur yang sangat baik pada tahun itu, namun 10 tahun kemudian pada tahun 2019 kualitas produk dan fitur terus ditingkatkan hingga menjadi mobil MPV yang berkualitas dan tetap menjadi Top Brand di industri otomotif sebagai mobil keluarga atau MPV. Banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian, atribut produk yang terdiri dari kualitas produk dan fitur merupakan faktor – faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan analisis uji validitas, reliabilitas, normalitas, uji T, uji F dan R square dengan menggunakan SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki mobil Toyota Avanza dan berusia dari 20-60 tahun berdomisili di Jakarta Timur. Data primer dengan menyebarkan kuesioner berupa *google form* yang disebar melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dll. Data sekunder bersumber dari jurnal, buku dan artikel yang dapat diakses melalui internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel 1 diperoleh persentase tentang profile responden berjumlah 100 orang ditinjau dari jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pengeluaran perbulan dan status pekerjaan.

Tabel 1. Profil Responden

Profile Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	62	62%
	Perempuan	38	38%
Umur	20 - 25 tahun	13	13%
	25 – 30 tahun	21	21%
	30 - 35 tahun	29	29%
	35 – 40 tahun	16	16%
	> 40 tahun	21	21%
Pendidikan Terakhir	SMP	3	3%
	SMA	35	35%
	SARJANA (S1)	62	62%
Pengeluaran Perbulan	<Rp.2.500.000	6	6%
	Rp 2.500.000- Rp.5.000.000	35	35%
	Rp.5.000.000 – Rp.7.500.000	40	40%
	>Rp.7.500.000	19	19%
Status Pekerjaan	Karyawan Swasta	43	43%
	PNS	6	6%
	Wirausaha	25	25%
	Mahasiswa/ i	9	9%
	Lainnya	17	17%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti 2021

Uji Validitas

Berdasarkan tabel 1 diatas, uji validitas tentang variabel Kualitas Produk, Fitur dan Keputusan Pembelian bahwa diperoleh nilai r

hitung $\geq r$ tabel 0,3610 maka seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Produk, Fitur dan Keputusan Pembelian.

NO	Variabel	Nomor Item	R-Hitung
1	Kualitas Produk (X1)	P1	0,689
2		P2	0,419
3		P3	0,671
4		P4	0,658
5		P5	0,517
6		P6	0,694
7		P7	0,672
8		P8	0,470
9		P9	0,672
10		P10	0,564
11	FiturProduk (X2)	P1	0,742
12		P2	0,669
13		P3	0,487
14		P4	0,672
15		P5	0,575
16		P6	0,541
17		P7	0,490
18		P8	0,815
19	Keputusan Pembelian (Y)	P1	0,684
20		P2	0,753
21		P3	0,398
22		P4	0,572
23		P5	0,461
24		P6	0,545

25		P7	0,502
26		P8	0,494
27		P9	0,450
28		P10	0,432
29		P11	0,190
30		P12	0,415

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti dengan SPSS

Berdasarkan tabel 3 uji reliabilitas tentang variabel Kualitas Produk, Fitur dan Keputusan Pembelian, diperoleh nilai Cronbach's Alpha $\geq r$ tabel 0,6 maka seluruh item dinyatakan konsisten.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Kualitas Produk, Fitur dan Keputusan Pembelian.

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Produk	.894	10
Fitur	.840	8
Keputusan Pembelian	.819	12

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4 uji normalitas dengan menggunakan SPSS tentang variabel kualitas Produk, Fitur dan Keputusan Pembelian dapat dikatakan nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Normalitas Kualitas Produk, Fitur dan Keputusan Pembelian.

KOLMOGROV SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.84895737
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.054
	Negative	-.105
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
- Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti dengan SPSS

Uji T

Berdasarkan tabel 5 uji t diperoleh nilai t hitung (8,910) ≥ t table (1,66023) dan signifikansi hitung (0,00) ≤ signifikansi table (0,05), maka dapat diartikan ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap minat beli ulang.

Tabel 5. Uji T Kualitas Produk terhadap

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.121	2.668		11.290	.000
	Total_X1	.564	.063	.669	8.910	.000

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti dengan SPSS

Berdasarkan tabel 6 uji t diperoleh nilai t hitung (6,893) ≥ t table (1,66023) dan signifikansi hitung (0,00) ≤ signifikansi tabel (0,05), maka dapat diartikan ada pengaruh yang signifikan Fitur terhadap keputusan pembelian.

Tabel 6. Uji T Fitur terhadap Keputusan Pembelian.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.687	2.496		14.698	.000
	Total_X2	.525	.076	.571	6.893	.000

- a. Dependent Variable: Fitur

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti dengan SPSS

Uji F

Nilai F hitung (48,389) ≥ F table (3,09) dan signifikan hitung (0,00) ≤ signifikan table 0,05 maka dapat diartikan ada pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.

Tabel 7. Uji F Kualitas Produk dan Fitur terhadap Keputusan Pembelian.

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti dengan SPSS

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	801.701	2	400.850	48.389	.000 ^b
	Residual	803.539	97	8.284		
	Total	1605.240	99			

a. Dependent Variable: MinatBeliUlang

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti dengan SPSS

R Square

R square atau koefisien determinasi Kualitas Produk dan Fitur terhadap keputusan pembelian sebesar 0,499 artinya variabel bebas kualitas produk dan Fitur memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 49,9%. Hal ini menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian sebesar 44,8% dan kualitas pelayanan sebesar 32,7%.

Tabel 8. R Square Kualitas Produk dan Fitur terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.499	.489	2.87818

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Tabel 9. R Square Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.448	.442	3.00822

a. Predictors: (Constant), Total_X1

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti dengan SPSS

Tabel 10. R Square Fitur terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.571 ^a	.327	.320	3.32136

a. Predictors: (Constant), Total_X2

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti dengan SPSS

Pembahasan

Kualitas Produk dan Fitur terhadap Keputusan Pembelian.

Hipotesis pertama menunjukkan bahwa nilai F hitung ($48,389 \geq F \text{ table } (3,09)$) dan signifikan hitung ($0,00 \leq \text{signifikan table } 0,05$) maka dapat diartikan ada pengaruh yang signifikanitas kualitas produk dan Fitur terhadap Keputusan Pembelian.

Semakin baik Kualitas produk dan Fitur, maka semakin banyak keputusan pembelian mobil avanza. Indikator kualitas produk lebih dominan dibandingkan indikator Fitur.

Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Yeremias Franky Mastail) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Honda Mobilio Di Honda Royal Kenjeren” yang mengatakan bahwa Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel kualitas produk, fitur dan desain memiliki pengaruh signifikan dan mengarah positif terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil uji t yang menunjukkan tingkat signifikansi yang diperoleh dari variabel bebas yaitu untuk kualitas produk sebesar 0,000, fitur sebesar 0.012, desain 0,000. Serta tingkat Adjust (R2) sebesar 0,0604 yang berarti sumbangan atau kontribusi dari variabel bebas yang terdiri dari atas kualitas produk, fitur dan desain secara bersama-sama terhadap variabel terikat keputusan pembelian sebesar 60,4% sedangkan sisanya 39,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis kedua menunjukkan bahwa nilai t hitung $(8,910) \geq t$ tabel $(1,66023)$ dan signifikansi hitung $(0,00) \leq$ signifikansi tabel $(0,05)$, maka dapat diartikan ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Semakin baik kualitas produk maka semakin banyak konsumen memutuskan pembelian produk.

Fitur Terhadap Keputusan Pembelian.

Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa nilai t hitung $(6,893) \geq t$ tabel $(1,66023)$ dan signifikansi hitung $(0,00) \leq$ signifikansi tabel $(0,05)$, maka dapat diartikan ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, maka semakin baik Fitur keputusan pembelian akan meningkat.

KESIMPULAN

Variabel Kualitas Produk (X1) dan Fitur (X2) memiliki pengaruh yang signifikan positif

terhadap keputusan pembelian yaitu 49,9% variable kualitas produk dan fitur dapat dijelaskan, dipengaruhi oleh keputusan pembelian sedang 50,1% dipengaruhi oleh variable lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Variabel kualitas produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu 0.448 yang berarti 44,8% variable kualitas produk dapat dijelaskan, bahwa dipengaruhi oleh keputusan pembelian sedangkan 55,2% dipengaruhi oleh variable lainnya.

Variabel fitur (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu 0.327 yang berarti 32,7% variabel fitur dapat dijelaskan, bahwa dipengaruhi oleh keputusan pembelian sedangkan 67,3% dipengaruhi oleh variable lainnya.

Saran

Setelah dilakukan uji Hipotesis berdasarkan hasil dari variable kualitas produk dan fitur terhadap keputusan pembelian 0,449 yang berarti sebesar 44,9% berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang yang di diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Ada saran yang harus diberikan antara lain :

Kualitas produk menjadi faktor yang paling besar yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga perusahaan harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya sehingga penjualan dapat terus meningkat. Kualitas produk Toyota Avanza berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

Fitur sebaiknya dikembangkan terus dan berikan fitur-fitur yang terbaik sehingga memberikan nilai tambah bagi konsumen, sehingga tidak beralih ke produk pesaing. Fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam

mempengaruhi keputusan pembelian Toyota Avanza, diharapkan penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel lain untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, Nur dan MohMukeriWarson. Leonardo BudiHasiholan. 2016. PengaruhPromosi, Harga, dan DesainTerhadap Keputusan PembelianSepeda Motor MIO GT (StudiEmpiris pada Produk Yamaha Mio GT di Weleri-Kendal). *Journal of Management. Vol.2 No.2.*
- Aditi, Bunga dan H. M. Hermansyur. 2018. Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. Vol.19. No.1.*
- Andrianto, dan Hendra Noky. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang. *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponogoro.*
- Ernawatih, Diah. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurna lManajemen . Vol.7. No.1.*
- Isfahila, Arini danFeti Fatimah. Wahyu Eko S. 2018. Pengaruh Harga, Desain, Serta Kuliatas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Mastail, Yeremias Franky. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Honda Mobilio Di Honda Royal Kenjeren.
- Putri, Denny Viana . 2018. Pengaruh Fitur Produk, Desain Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Oppo Type F5 Pro.
- Sartika, Dewi dan Agustin B. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- Siti, Hamidah dan Desy Anita.2013. Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handpone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus STIE Pelita Indonesia). *Jurnal Ekonomi, Vol.21. No.4.*
- Wicaksono, Ari Cahyodan Sendhang Nurseto. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (studi pada konsumen smartphone Xiaomi di kota Semarang.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2006, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12, Terjemahan: Bob Sabran, M.M, Jakarta: Erlangga
- Anang Firmansyah, dan Budi W. 2018 Mahardika, Pengantar Manajemen, Yogyakarta: DEEPUBLISH.

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, Diana. 2016. *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran* Jakarta : Erlangga.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta :Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta, CV.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Nurul hidayah, Siti. 2019. *Geliat, Prospek dan Tantangan Industri Otomotif Indonesia*.<https://www.gaikindo.or.id/geliat-prospek-dan-tantangan-industri-otomotif-indonesia/>. (diakses 31 Maret 2021 Pukul 20:00)
- Restyanto, Mahmudi. 2019. *Review Toyota Avanza Tahun2019: Demi Eksistensi Di Tengah Kompetisi*.
<https://cintamobil.com/review-mobil/review-toyota-avanza-2019-demi-eksistensi-di-tengah-kompetisi-aid745>.(Diakses 7 April 2021 Pukul 20:15)
- Amstrong, Kotller. 2019. *Geliat, Prospek dan Tantangan Industri Otomotif Indonesia*.
<https://www.gaikindo.or.id/geliat-prospek-dan-tantangan-industri-otomotif-indonesia/>. (diakses 31 Maret 2021 Pukul 20:00)
- https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=avanza
Diakses 2 April 2021 Pukul 22:00
- <https://www.oto.com/berita-mobil/mengintip-interior-dan-fitur-toyota-avanza-2019>
Diakses 3 April 2021 Pukul 19:30
- <https://www.semisenana.com/kelebihan-dan-kekurangan-toyota-avanza.html>
Diakses 12 April 2021 Pukul 21:30
- <https://oto.detik.com/mobil/d-5568374/avanza-masih-jadi-raja-di-kelas-low-mpv-xpander-kedua>
Diakses 10 Juni 2021 Pukul 19:20
- <https://oto.detik.com/mobil/d-5568374/avanza-masih-jadi-raja-di-kelas-low-mpv-xpander-kedua>
Diakses 10 Juni 2021 Pukul 20:20