
Peran Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli

Putu Devi Yudarningsih⁽¹⁾

I Gede Putu Kawiana⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Fakultas Ekonomi, Bisnis Dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia

e-mail: devi.yudar.ningsih@gmail.com

Diterima: 31 Agustus 2021	Direvisi: 2 September 2021	Disetujui: 4 September 2021
---------------------------	----------------------------	-----------------------------

ABSTRACT

Tight competition and increasing consumer expectations of a product, especially service products make the company must have a way to increase the proportion of value in the company. The formulation of the problem and the purpose of this study is to find out consumer satisfaction mediating the effect of service quality on buying interest in antagonist café in Denpasar city. The number of respondents taken as many as 123 people. The data analysis techniques used are Validity and Reliability Test, Path Analysis Technique and Sobel Test. The data collection methods used in this study are Observation, Interview (Interview), Documentation, Literature and Questionnaires. Based on the results of the analysis found that: (1) the quality of service has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Antagonis Cafe in Denpasar City. (2) Consumer satisfaction has a positive and significant effect on buyback interest in Antagonis Cafe in Denpasar City. (3) The quality of service has a positive and significant effect on buyback interest in Antagonis Cafe in Denpasar City. (4) Consumer satisfaction mediates the influence of service quality has a positive and significant effect on buyback interest in Antagonis Cafe in Denpasar City.

Keywords: *Quality of service; Consumer satisfaction; and Buy Back Interest*

ABSTRAK

Ketatnya persaingan dan semakin meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap sebuah produk, terkhusus produk jasa membuat perusahaan harus memiliki cara untuk meningkatkan proporsi nilai pada perusahaan tersebut. Rumusan masalah serta tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Kembali Pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. Jumlah responden yang diambil sebanyak 123 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas dan Reliabilitas, Teknik Analisis Jalur dan Uji sobel. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara (Interview), Dokumentasi, Kepustakaan dan Kuisisioner. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. (2) kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. (4) kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar.

Kata kunci: *Kualitas Layanan; Kepuasan Konsumen; dan Minat Beli Kembali*

Pendahuluan

Pada era kompetisi yang begitu ketat seperti saat ini jumlah produk dan merek baik dagang maupun jasa yang bersaing menjadi sangat banyak. Konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif khususnya dibidang jasa. Menurut (Lupiyoadi, 2013) mengemukakan bahwa perusahaan jasa berfungsi untuk menciptakan pengalaman baru yang berkesan bagi konsumen. Karena kepuasan dan minat pembelian kembali adalah evaluasi setelah pembelian dengan alternatif yang dipilih sesuai dengan harapan atau melebihi harapan konsumen. Kualitas layanan mendorong konsumen untuk komitmen terhadap produk dan layanan perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan.

“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations” (Kotler, 2016). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima tersebut dengan harapan konsumen. (Fandy Tjiptono, 2014), kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Dengan adanya kepuasan konsumen, maka kelangsungan usaha pun akan terjaga. Sehingga dengan adanya kepuasan dalam diri konsumen membuat mereka untuk loyal dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Minat beli ulang adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak setelah konsumen merasakan kepuasan. (Annafik, 2012), minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan. Dalam memasarkan produknya perusahaan tidak hanya menciptakan kebutuhan bagi mereka, akan tetapi perusahaan juga memperhatikan minat konsumen dalam melakukan pembelian. Minat konsumen akan tercipta apabila suatu produk yang ditawarkan cocok, menarik terjangkau dan mudah untuk mendapatkannya. Minat pembelian sangat di butuhkan oleh setiap perusahaan, agar kelangsungan perusahaan dapat terus tercapai.

Fenomena di Antagonis Cafe adalah penurunan jumlah pelanggan dalam empat bulan dari bulan Juli hingga Oktober. Penyebab terjadinya penurunan jumlah pelanggan disebabkan adanya

pesaing dalam bisnis cafe yang ada, tentu terjadi tingkat persaingan yang ketat mulai dari produk, harga, promosi, dan pelayanan yang diberikan. Dan terdapat juga beberapa keluhan konsumen pada Antagonis Cafe diantaranya, fasilitas yang kurang memadai, waktu penyajian makanan yang agak lama, informasi petugas pelayanan tentang penanganan komplain kurang memuaskan, penanganan atau solusi komplain kurang cepat.

Berdasarkan penelitian (Afif Ghaffar Ramadhan, 2017) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Metta Padyawati Kusuma Shandra, 2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa taksi, melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut :

H₁ : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi Maharani Purbasari, 2018) hasil penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembelian ulang. Penelitian (Septian Wulandari, 2020) menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kembali. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut :

H₂ : Diduga kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar.

Penelitian yang dilakukan oleh (Arfiani Bahar, 2015) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang. Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi Maharani Purbasari, 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut :

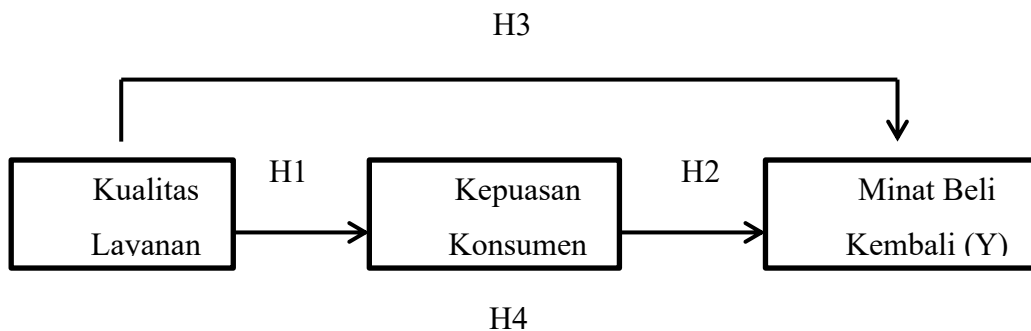
H₃ : Diduga kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar.

Penelitian yang dilakukan Yuzza Bayhaqi (2014) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut :

H₄ : Diduga kepuasan konsumen memediasi kualitas pelayanan terhadap minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif, digunakan untuk menguji variabel bebas (kualitas pelayanan), variabel terikat (minat beli kembali) dan variabel mediasi (kepuasan konsumen). Penelitian ini dilakukan pada Antagonis Cafe Di Kota Denpasar. Di dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah sebanyak 123 konsumen. Penentuan sampel menggunakan metode *Accidental sampling*. Dalam mengumpulkan data metode yang digunakan adalah observasi, studi pustaka, metode wawancara dan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini ditujukan kepada responden yaitu konsumen Antagonis Cafe Di Kota Denpasar. Dalam hal ini digunakan 5 tingkat (likert) yang terdiri dari sangat setuju (SS) diberi bobot 5, setuju (S) diberi bobot 4, cukup setuju (CS) diberi bobot 3, kurang setuju (KS) diberi bobot 2, dan sangat tidak setuju (STS) diberi bobot 1.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat jumlah responden laki-laki dan perempuan dari 123 responden 75 orang atau 61 persen adalah konsumen laki-laki dan 48 orang atau 39 persen adalah konsumen perempuan. Berdasarkan usia jumlah responden dari 123 responden 73 orang atau 59 persen konsumen berusia 20-29 tahun, hal ini dikarenakan sebagian besar konsumen yang berkunjung ke Antagonis cafe adalah para pelajar/mahasiswa atau orang – orang yang sudah bekerja dan memiliki penghasilan sendiri. Berdasarkan pekerjaan jumlah responden dari 123 responden pada tingkat Pelajar/Mahasiswa sebanyak 65 orang atau 53 persen, hal ini dikarenakan target pasar pada Antagonis cafe yaitu para Pelajar/Mahasiswa yang dianggap bisa menghabiskan waktu lebih banyak untuk berkumpul bersama teman – temannya. Berdasarkan pendapatan jumlah responden dari 123 responden sebanyak 45 orang 37 persen konsumen dengan jumlah pendapatan mulai dari Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000/bulan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1 Karakteristik Responden

Kategori	Pilihan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	75	61%
	Perempuan	48	39%
	Total	123	100
Usia	<20	20	16
	20 – 29	73	59
	30 – 39	25	20
	>40	40	4
	Total	123	100
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	65	53
	Wiraswasta	15	12
	PNS	20	16
	Pegawai Swasta	23	19
	Total	123	100
Pendapatan	<Rp 1.500.000	15	12
	Rp 1.500.000-Rp 2.000.000	30	24
	Rp 2.000.000-Rp 3.000.000	45	37
	Rp3.000.000	33	27
	Total	123	100

Sumber : data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat persepsi responden terhadap pertanyaan yang diberikan dalam instrumen penelitian variabel yang diteliti menunjukkan bahwa dari tanggapan 123 responden atas kualitas pelayanan (X), diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 3,66 yang berada dalam kategori baik 3,53 – 3,83. Artinya kualitas konsumen yang diterima konsumen Antagonis Cafe dinilai baik. Berdasarkan tanggapan responden atas kepuasan konsumen (M), diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 3,65 yang berada dalam kategori baik 3,43 – 3,91. Artinya kepuasan konsumen Antagonis Cafe dinilai baik. Berdasarkan tanggapan responden atas minat beli kembali (Y), diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 3,68 yang berada dalam kategori baik 3,63 - 3,83. Artinya minat beli konsumen pada Antagonis cafe dinilai baik. Pengujian data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) guna menguji pola hubungan yang mengungkapkan pengaruh variabel atau seperangkat variabel terhadap variabel lainnya, baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel	Item		Validitas		Reliabilitas	
	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Ket	Alpha Cronbach	Ket	
Kualitas Pelayanan (X)	X1	0,676	Valid	0,899	Reliabel	
	X2	0,709	Valid			
	X3	0,651	Valid			
	X4	0,695	Valid			
	X5	0,67	Valid			
	X6	0,64	Valid			
	X7	0,705	Valid			
	X8	0,8	Valid			
	X9	0,763	Valid			
	X10	0,774	Valid			
	X11	0,711	Valid			
Kepuasan Konsumen (M)	I1	0,843	Valid	0,949	Reliabel	
	I2	0,817	Valid			
	I3	0,889	Valid			
	I4	0,804	Valid			
	I5	0,874	Valid			
	I6	0,504	Valid			
	I7	0,855	Valid			
	I8	0,784	Valid			
	I9	0,822	Valid			
	I10	0,822	Valid			
	I11	0,744	Valid			
	I12	0,889	Valid			
Minat Beli Kembali (Y)	Y1	0,939	Valid	0,958	Reliabel	
	Y2	0,895	Valid			
	Y3	0,791	Valid			
	Y4	0,895	Valid			
	Y5	0,934	Valid			
	Y6	0,917	Valid			
	Y7	0,939	Valid			
	Y8	0,758	Valid			

Sumber : data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh hasil untuk substruktur 1 sebagai berikut:

$$M = \beta_1 X + e_1$$

$$M = 0,833X + 0,053$$

Nilai sig untuk uji t lebih kecil dari pada 0,05 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 3 Coefficients Substruktur 1 (Model 1)

Model	Coefficients ^a				T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	10,287	3,721			2,765	0,007
1 Kualitas Pelayanan	,833	0,091	0,639		9,14	0

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh hasil untuk substruktur 1 sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X + \beta_2 M + e_2$$

$$Y = 0,857X + -0,166M + 0,091$$

Nilai sig lebih kecil dari pada 0,05, maka kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli kembali.

Tabel 4 Coefficients Substruktur 2 (Model 2)

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2,24	1,728			1,297	0,197
1 Kualitas Pelayanan	,86	,053	,992		16,053	0,000
Kepuasan Konsumen	-,166	,041	-,251		-4,054	0,000

a. Dependent Variable: minat beli kembali

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 5 dapat dikatakan bahwa pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan ke minat beli kembali melalui kepuasan konsumen lebih kecil dari pada pengaruh langsung kualitas pelayanan ke minat beli kembali, yang artinya bahwa kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi tidak memberikan pengaruh untuk memperkuat minat beli kembali. Dengan demikian dapat diartikan bahwa hubungan tidak langsung variabel antara kualitas pelayanan dan minat beli kembali melalui kepuasan konsumen dapat dikatakan tidak memiliki hubungan mediasi. Berdasarkan hasil perhitungan, maka dapat dikemukakan hasil analisis jalur dalam menguji hipotesis adalah sebagai berikut, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. Kualitas layanan

harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Oleh karena itu dalam melakukan pelayanan perusahaan harus berorientasi pada pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Metta Padyawati Kusuma Shandra, 2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa taksi New Atlas Semarang, melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Tabel 5 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, Dan Pengaruh Total Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Dan Minat Beli Kembali

	Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung melalui Kepuasan Konsumen	Pengaruh Total
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen	0,83	-	0,833
Kepuasan Konsumen	Minat Beli Kembali	-0,17	-	-0,166
Kualitas Pelayanan	Minat Beli Kembali	0,86	-0,138	0,719

Sumber: data diolah (2021)

Kepuasan konsumen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. Dampak secara langsung terhadap kepuasan konsumen yang berpengaruh pada niat beli ulang dengan indikator niat pembelian ulang, dan niat membeli sesering mungkin serta merekomendasikan kepada orang lain. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Afif Ghaffar Ramadhan, 2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh negatif terhadap minat beli ulang. Pembelian ulang merupakan suatu tindakan yang dilakukan lebih dari satu kali, hal ini terjadi karena adanya kepuasan tersendiri terhadap suatu pelayanan yang diberikan kepada para konsumen.

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. Minat beli merupakan bagian dari loyalitas sikap yang dapat ditindaklanjuti dengan perilaku pembelian ulang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Arfiani Bahar, 2015) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang tinggi dapat meningkatkan minat beli konsumen yang tinggi.

Kepuasan konsumen memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. Pada industri jasa, kepuasan pelanggan selalu

dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara pelanggan dan karyawan yang melakukan kontak layanan (service encounter) yang terjadi pada saat pelanggan berinteraksi untuk memperoleh jasa yang dibelinya dari kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja jasa yang dipilih memenuhi harapan pelanggan. Dari penelitian yang dilakukan (Yuzza Bayhaqi, 2014) dengan judul penelitian analisis pengaruh kualitas layanan, dan keunggulan produk terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada minat membeli ulang studi kasus: pada auto bridal Semarang. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dan keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang dapat diambil, pada penelitian ini adalah sebagai berikut; 1) Berdasarkan hasil uji empirik untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar $9,140 > t_{tabel}$ sebesar $1,98$ dan taraf signifikansi penelitian sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. 2) Berdasarkan hasil uji empirik untuk variabel kepuasan konsumen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli kembali dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar $-4,054 > t_{tabel}$ sebesar $1,98$ dan taraf signifikansi penelitian sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan kata lain kepuasan konsumen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. 3) Berdasarkan hasil uji empirik untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli kembali dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar $16,053 > t_{tabel}$ sebesar $1,98$ dan taraf signifikansi penelitian sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan kata lain kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. 4) Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t_{hitung} ($-3,68$) $> t_{tabel}$ ($1,98$) dengan demikian kepuasan konsumen tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan minat beli kembali pada Antagonis Cafe di Kota Denpasar. Berdasarkan uraian kesimpulan tersebut di atas, Terkait dengan kualitas pelayanan, disarankan kepada Antagonis Cafe di Kota Denpasar, sebaiknya manajemen selalu meningkatkan daya tanggap atas kemampuan perusahaan dalam mengatasi masalah yang timbul, memberikan pelayanan yang cepat, kemampuan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta mampu mengatasi masalah yang dihadapi konsumen, mengingat variabel ini merupakan variabel yang dominan atas kepuasan mereka. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik.

2) Terkait dengan kepuasan konsumen, disarankan kepada Antagonis Cafe di Kota Denpasar, sebaiknya manajemen selalu mengingatkan karyawannya untuk menjaga kesopanan dalam berperilaku dan bersikap serta dapat dipercaya atas semua ucapan serta tindakannya. Hal ini dilakukan agar kepuasan konsumen yang menjadi pelanggannya tetap terjaga, 3) Terkait dengan minat beli kembali, pihak manajemen memberikan variasi menu baru sehingga dapat memancing ketertarikan konsumen untuk datang kembali ke Antagonis Cafe di Kota Denpasar, serta bisa juga dengan mengadakan beberapa promosi untuk memikat konsumen. 4) Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan serta menambah sampel penelitian, sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih lengkap dan data yang lebih akurat.

Daftar Pustaka

- Afif Ghaffar Ramadhan, S. B. S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(1).
- Annafik, A. F. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang)*.
- Arfiani Bahar, H. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3.
- Dewi Maharani Purbasari, D. L. P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2.
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Metta Padyawati Kusuma Shandra, M. (2016). Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen. *Management Analysis Journal*, 5(1).
- Raswendo, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Puti Minang Raja Basa Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Septian Wulandari, N. M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transportasi Migo Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(2).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Pinsip, Penerapan dan Penelitian* (Andi Offset (ed.)).
- Yuzza Bayhaqi. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang (Studi Kasus : Pada Auto Bridal Semarang)*.