

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI TOKO PLASTIK PATIUNUS KOTA PASURUAN

Bayu Trianjaya¹, Nurul Akramiah², M. Tahajjudi Ghifary³
^{1,2,3}Universitas Merdeka Pasuruan

Email : bayutrianjaya974@gmail.com¹, nurul.aidan04@gmail.com², ghifary.one@gmail.com³

Abstrak

Perkembangan bisnis di kota pasuruan semakin pesat. Keberhasilan bisnis pertokoan diukur dari seberapa besar toko tersebut dapat memperoleh keuntungan. Begitu juga dengan Toko Plastik Patiunus yang mengalami penurunan seperti pada awal tahun karena sedikitnya minat beli ulang yang sangat berpengaruh terhadap keuntungan dari Toko Plastik Patiunus. Demi menjaga keberhasilan bisnis, toko patiunus plastik meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan dengan harapan menciptakan pengalaman positif dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Populasi penelitian ini adalah semua pelanggan Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan yang sudah pernah membeli produk di Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel *non probability* yaitu *random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$, Kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$, Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi sebesar $0.000 < 0,05$, dan kualitas pelayanan memiliki kontribusi sebesar 72,2% terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi dan sisanya sebesar 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang, dan Kepercayaan Pelanggan.

Abstract

Business development in the city of Pasuruan is increasingly rapid. The success of a shop business is measured by how much profit the shop can make. Likewise, the Patiunus Plastic Shop experienced a decline like at the beginning of the year due to the lack of repurchase interest which greatly affected the profits of the Patiunus Plastic Shop. In order to maintain business success, the Patunus Plastic Store improves the quality of service and customer trust in the hope of creating a positive experience and building long-term relationships with customers. The population of this research is all customers of the Patiunus Plastic Shop, Pasuruan City who have previously purchased products at the Patiunus Plastic Shop, Pasuruan City. The sampling technique in this research uses non-probability samples, namely random sampling with a sample size of 60 respondents. The results of this research show that service quality has a significant influence on repurchase interest with a significance value of $0.000 < 0.05$, Customer trust has a significant

Article History

Received: Juli 2024

Reviewed: Juli 2024

Published: Juli 2024

Plagirism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed

under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

influence on repurchase interest with a significance value of $0.000 < 0.05$, Service quality has a significant influence on Repurchase interest with customer trust as a mediating variable is $0.000 < 0.05$, and service quality has a contribution of 72.2% to repurchase interest with customer trust as a mediating variable and the remaining 27.8% is influenced by other variables not examined. by this research.

Keywords : Service Quality, Repurchase Intention, and Customer Trust.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di kota pasuruan semakin pesat. Banyaknya pelaku usaha kecil mikro (UMK) dan pertokoan semakin memperluas bisnisnya untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Hal ini mendorong persaingan yang ketat antar sesama pelaku bisnis dan pertokoan. Keberhasilan suatu bisnis pertokoan biasanya diukur dari seberapa besar toko tersebut dapat memperoleh keuntungan salah satunya toko plastik bisa menjadi peluang bisnis menguntungkan yang tidak perlu memikirkan resiko dalam memulai bisnis kreatif karena plastik memiliki banyak kegunaan, termasuk sebagai bahan kemasan, wadah penyimpanan dan banyak lagi. Plastik juga relatif murah dan tahan lama dan ringan. Toko Plastik Patiunus terletak di Jl.Patiunus No.110, Kel. Krampyangan, Kec.Bugul Kidul, Kota Pasuruan yang menyediakan berbagai macam produk plastik seperti mika, kardus kotak makan, botol minuman , kresek , kertas minyak ,toples dan lain-lain.

Toko plastik patiunus saat ini mengalami penurunan diawal tahun baru dikarenakan sedikitnya peminat beli ulang yang sangat berpengaruh terhadap keuntungan dari toko plastik patiunus yang berdampak pada keberhasilan bisnis toko plastik kedepannya. Dengan adanya persaingan yang ketat setiap toko berusaha memenangkan dan mempertahankan pelanggan sebanyak mungkin dengan memenuhi kebutuhan semua pelanggannya. Demi menjaga keberhasilan bisnis kedepannya toko patiunus plastik meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan dengan harapan menciptakan pengalaman positif dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Putri (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Dengan terpenuhinya harapan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan muncul kepercayaan pelanggan terhadap toko patiunus plastik.

Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan untuk bersandar pada mitra bisnis yang dipercayai (Schiffman dan Kanuk, 2010:30). Berdasarkan pada beberapa definisi di atas dapat diartikan trust (kepercayaan) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Pelanggan yang merasa puas terhadap apa yang dibutuhkan terpenuhi dengan menjaga kepercayaan pelanggan maka akan terjadinya pembelian berulang. Amstrong & Kotler (2012) mendefinisikan mengenai keputusan pembelian merupakan bagian dari sebuah perilaku konsumen yakni pembelajaran mengenai bagaimana seorang individu, kelompok, dan sebuah organisasi memilih, membeli, menggunakan serta bagaimana barang, jasa, ide dapat memuaskan kebutuhan seorang pelanggan. kualitas pelayanan dapat mempengaruhi Kepercayaan pelanggan apabila harapan dan kebutuhan pelanggan tercukupi sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini bersifat deskriptif korelasional, yakni untuk memahami gejala atau fenomena secara mendalam yaitu menggambarkan dan menginterpretasi objek penelitian sesuai dengan apa adanya dengan variabel Kualitas pelayanan (X1) Penelitian ini dilakukan pada objek Toko Plastik Patiunus yang berlokasi di Jl. Patiunus No.110, Kel. Krampyangan, Kec.Bugul Kidul, Kota Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah

pembeli atau pelanggan Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan yang tidak diketahui jumlah populasinya. Metode yang digunakan untuk penentuan sampel adalah random sampling. Peneliti menggunakan sampel secara acak kepada pelanggan ditoko plastik Patiunus kota pasuruan. Rumus sampel menggunakan teori dari Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyaranakan bahwa ukuran populasi minimum 5-10 dikali jumlah indikator variabel. Sehingga didapat jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 60 responden berasal dari pelanggan toko plastik patiunus kota pasuruan. Hasil penelitian ini menggunakan analisis jalur.

Ghozali (2013) Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Dengan kata lain, analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*casual model*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Secara ringkas dapat ditulis dalam tiga persamaan sebagai berikut:

Persamaan I : $Y = \alpha_1 + cX$

Persamaan II : $Y = \alpha_2 + aX$

Persamaan III : $Y = \alpha_3 + c'X + bM$

Keterangan:

Y = Minat Beli Ulang (perilaku)

M = Kepercayaan Pelanggan (sikap)

X = Kualitas Pelayanan (pengetahuan)

α = Nilai Koef. Konstanta Regresi

a = Nilai Koef. Regresi Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan.

b = Nilai Koef. Regresi Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kualitas Pelayanan.

c = Nilai Koef. Regresi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.

c' = Nilai Koef. Regresi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepercayaan Pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Jalur

		Unstandardize		Standardi	T	Sig.
		d		zed		
		Coefficients		Coefficien		
		B	Std.	Beta		
			Error			
1	(Consta	28.206	8.680		2.170	.031
	nt)					
	Kualitas	1.909	.047	.880	40.276	.000
	Pelayana					
	n					

Tabel 1
Persamaan I

a. Dependent Variable : Minat Beli Ulang (Y)

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Persamaan I : $Y = 28.206 + 1.909 X$

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan I yaitu minat beli ulang (Y) terhadap kualitas pelayanan (X) memiliki nilai sig < 0,05.

Tabel 2

Persamaan II

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	78.744	3.860		4.452	.000
	Kualitas Pelayanan	1.673	.059	.771	28.423	.000

a. Dependent Variable : M

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

$$\text{Persamaan II : } Y = 78.744 + 1.673 X$$

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan II yaitu minat beli ulang (Y) terhadap kepercayaan pelanggan (M) memiliki nilai sig < 0,05.

Tabel 3
Persamaan III

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.767	1.029		8.521	.000
	Kualitas Pelayanan	.011	.028	.005	2.400	.000
	Kualitas Pelayanan ~ Kepercayaan Pelanggan	.057	.001	1.175	3.749	.000

a. Dependent Variable : Y

Sumber: Data diolah oleh peeliti, 2024

$$\text{Persamaan III : } Y = 1.767 + 0.11 X + 0.57M$$

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan III yaitu minat beli ulang (Y) terhadap kualitas pelayanan (X) dan kepercayaan pelanggan (Z) memiliki nilai sig < 0,05.

Jika pengaruh X ke Y menurun menjadinolsetelah memasukkan M ke persamaan regresi (atau c' tidak signifikan), maka terjadi mediasi sempurna (*perfect mediation*). Dan nilai signifikansi < 0.05. Dilihat dari hasil SPSS, Persamaan I, II, dan III nilai sig. < 0.05. serta pengaruh X ke Y menurun menjadi nol setelah memasukkan Variabel M ke persamaan regresi. Maka dapat disimpulkan bahwa mediasi sempurna terpenuhi.

Uji Hipotesis

Uji F

Ghozali (2018), uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya. Nilai Fhitungharus > Ftabel dan nilai sig. < 0.05.

Tabel 4
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	SumofSquares	df	MeanSquare	F	Sig.
1 Regression	1044.804	2	522.402	123.221	.000 ^b
Residual	402.757	57	4.240		
Total	1447.561	59			

a. Dependent Variable : Y

b. Predictors : (Constant) ,M ,X1

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Dilihat dari hasil SPSS tersebut bahwa nilai Fhitung sebesar 123.221 > Ftabel 2.77 dan nilai sig sebesar 0.00 < 0.05. Dapat disimpulkan bahwa Uji F terpenuhi dan berpengaruh secara simultan.

Uji t

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Ghazali (2018), uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya. Nilai thitung harus > ttabel dan nilai sig. < 0.05.

Tabel 5
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.008	1.326		19.217	.000
	Kualitas Pelayanan	.418	.063	.439	3.919	.000
	Kepercayaan Pelanggan	.590	.068	.682	15.298	.000

a. Dependent Variable : Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Dilihat dari hasil SPSS tersebut bahwa nilai thitung > ttabel 2.00 dan nilai sig sebesar 0.00 < 0.05. Dapat disimpulkan bahwa Uji t terpenuhi dan berpengaruh secara parsial.

Analisis Koefisien Determinan (R²)

Analisis koefisien determinan (R²) menurut (Ghozali, 2018:97) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai koefisien determinasi yaitu di antara nol dan satu.

Tabel 6

Hasil Analisis Koefisien Determinan (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.850 ^a	.722	.716	2.059	1.898

a. Predictors: (Constant), M, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Dilihat dari hasil SPSS (R square) bahwa penelitian ini berkontribusi sebesar 0.722 (72.2%) dan sisanya 27.8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diikutkan dalam penelitian ini.

Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang.

Berdasarkan hasil analisis data bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang (Y). Dengan nilai t_{hitung} sebesar 3.919 > dari nilai t_{tabel} sebesar 2.00. Temuan uji t mempunyai tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R²), dengan akurasi model dari R-Square sebesar 72.2%, sisanya 27.8% tidak tercakup dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kodu (2013) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki nilai rata – rata sebesar 3.63 dengan kategori baik. Hal ini meliputi pelanggan yang meminta pelayanan. Di sikapi dengan sopan, ramah, tamah serta saling menghormati oleh pihak Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan. Dengan begitu permintaan pelayanan akan berlangsung lebih baik dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan Minat Beli Ulang yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan dan citra Toko Plastik Patiunus menjadi baik.

Disisi lain Toko Plastik Patiunus juga memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga pelanggan bisa merasakan Kualitas Pelayanan yang nyaman. Dengan begitu pelanggan juga tidak segan untuk kembali lagi membeli suatu produk di Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan. Karyawan Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan juga melayani pelanggan dengan baik dan jujur. Sehingga Pelanggan tidak ragu terhadap Karyawan ketika hendak membeli suatu Produk. Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan juga memiliki karyawan yang memiliki wawasan luas. Sehingga ketika ada pelanggan yang kesulitan mencari sebuah produk, karyawan langsung sigap menanggapi. Dan karyawan Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan juga mendengarkan dan mengatasi Keluhan yang dialami oleh pelanggan. Dengan memiliki karyawan yang cepat tanggap, Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan memiliki citra yang baik akan kualitas pelayanan yang nyaman, sopan dan ramah tamah.

Pengaruh variabel Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil analisis data bahwa Variabel Kepercayaan Pelanggan (M) berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang (Y). Dengan nilai t_{hitung} sebesar 15.298 > dari nilai t_{tabel} sebesar 2.00. Temuan uji t mempunyai tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R²), dengan akurasi model dari R-Square sebesar 72.2%, sisanya 27.8% tidak tercakup dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mowen dan Minor (2012) bahwa Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Pelanggan memiliki nilai rata – rata sebesar 3.54 dengan kategori baik. Halini meliputi Toko Plastik Patiunus yang menjalankan kesepakatan kepada pelanggan dengan jujur. Dengan begitu kepercayaan pelayanan akan berlangsung lebih baik dan citra Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan juga menjadi baik.

Toko Plastik Patiunus juga tidak membedakan pelanggan. Semua pelanggan dilayani

dengan baik dan cepat dengan begitu pelanggan banyak menaruh kepercayaan terhadap Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan. Para pelanggan juga tidak segan merekomendasikan kepada orang lain terkait Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan karna Kualitas Pelayanan yang baik dan Kebutuhan mereka terpenuhi.

Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil analisis data bahwa Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang (Y). Dengan nilai F_{hitung} sebesar 123.221 > dari nilai F_{tabel} sebesar 2.77. Temuan uji t mempunyai tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2), dengan akurasi model dari *R-Square* sebesar 72.2%, sisanya 27.8% tidak tercakup dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kotler dan Keller (2012) bahwa kualitas pelayanan dan Kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Minat Beli Ulang memiliki nilai rata – rata sebesar 3.85 dengan kategori baik. Hal ini meliputi pelanggan yang membeli produk di Toko Plastik Patiunus melihat dari segi kualitas dan kebutuhannya. Kualitas Barang yang dijual di Toko Patiunus Kota Pasuruan sangat baik sehingga pelanggan selalu membeli barang sesuai dengan kualitas dan kebutuhannya.

Dengan menyediakan Kualitas barang yang baik maka permintaan pelayanan juga akan berlangsung lebih baik dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan dapat meningkatkan Minat Beli Ulang. Dan tidak jarang pula pelanggan yang hendak ingin membeli produk ke Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan biasanya selalu menanyakan informasi kepada pelanggan yang lain. Dengan begitu pelanggan banyak yang kembali lagi membeli produk di Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan. Pelanggan Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan juga merekomendasikan kepada orang lain terkait produk yang ada. Dengan begitu Toko Plastik Patiunus mudah memasarkan produk yang dimilikinya dan pelanggan juga tidak segan untuk kembali membeli produk di Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan. Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan menyediakan produk yang berkualitas dan tentunya sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dan dengan menjaga Kualitas Pelayanan yang baik, Maka citra Toko Plastik Patiunus Kota Pasuruan menjadi baik dan nantinya akan timbul Minat Beli ulang pada pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis yang di lakukan sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden bahwa pembeli dengan status pelajar / mahasiswa mendominasi pembeli di Toko Patiunus Kota Pasuruan.
2. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dimana Daya tarik pelanggan mempunyai 4 indikator yaitu Keandalan (reability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empathy) rata-rata masuk dalam kategori baik.
3. Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan (M) memiliki 4 indikator yaitu: kesungguhan atau ketulusan (benevolence), kemampuan (ability), intergritas (intergrity), dan willingness to depend rata-rata masuk dalam kategori baik.
4. Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y) dimana ada 4 variabel yaitu minat transaksional, minat refresial, minat prefensial, dan minat eksploratif masuk dalam kategori baik.
5. Terkait analisis jalur diperoleh persamaan I, II, dan III nilai sig. < 0.05 . serta pengaruh X ke Y menurun menjadi nol setelah memasukkan Variabel M ke persamaan regresi. Maka dapat disimpulkan bahwa mediasi sempurna terpenuhi.

REFERENSI

- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (1st ed.). prenhalindo.
- Ghozali, H. I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (A. Tejkusumo (ed.); Cetakan 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair J.F., et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kodu, Sarini. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3, September 2013: 1252-1259.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. In *Erlangga* (edisi 12).
- Mowen dan Minor, 2012, *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi. Kelima (terjemahan), Erlangga, Jakarta.
- Muhajirin, M., & Maya, P. (2017). *Pendekatan praktis: metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Yogyakarta: Idea Prese. 12 Nomor 1
- Putri Nilam Kencana. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service di Dealer Honda Wahana Ciputat". *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, Vol 4 No.1
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi. 2022. *Metode Riset Praktis Regresi Berganda dengan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center