

## *The Influence of Price and Service Quality on Repurchase Interest in Jaya Abadi Selbung Building Store, Keruak Sub-District, Lombok Timur District*

### **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur**

Satriawan\*<sup>1</sup>, Handry Sudiarta<sup>2</sup>, Lalu M. Furkan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Indonesia.

**Article Info**  
**Submitted:**  
01/12/2022.  
**Accepted:**  
01/12/2022.  
**Approved:**  
01/12/2022.  
**Published:**  
01/01/2023.

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Bangunan Jaya Abadi, sedangkan sampel dari penelitian ini sebanyak 50 dengan menggunakan Teknik pengambilan purposive sampling. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS 25.0 for Windows, dimana dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji signifikansi (uji t) dan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

**Kata Kunci:** Harga; Kualitas Pelayanan; Minat Beli Ulang.

#### **ABSTRACT**

*The Effect Of Price and Quality Service For Buying Interest Repeat at The Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur. The study aims to determine The Effect Of Price and Quality Service For Buying Interest Repeat at The Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur. The Population in this study were consumer who had made a purchase at the Jaya Abadi Building Store, while the sample of this study was 50 using purposive sampling technique. This type of research is an associative research. Data processing in this study using SPSS 25.0 for windows. Were the validity test, reliability test, classical assumption test is carried out. Multiple linier regression analysis test, test significance (t test) and test the coefficient of determination (R<sup>2</sup>). Based on the results of the study, it shows that: (1) Price has a positive and significant effect on repurchase intention (2) Service quality has a positive and significant effect on repurchase interest.*

**Keywords:** Price, Service Quality, Interest to Repurchase.

## **PENDAHULUAN**

Semakin ketatnya persaingan pasar yang ada, terutama persaingan bisnis dibidang toko bangunan semakin berkembang. Perusahaan toko bangunan tersebut saling bersaing untuk menarik konsumen dengan menyediakan fasilitas-fasilitas pelayanan yang cepat dan nyaman serta menguasai pasar dan memenangkan persaingan.

Memiliki konsumen yang memiliki minat beli ulang tinggi merupakan harapan bagi setiap perusahaan dibidang toko bangunan. Minat beli ulang merupakan bagian dari komponen perilaku sikap konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan respon untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Sedangkan minat

\* Correspondence Address

E-mail: Awansatria617@gmail.com

beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan adanya pengalaman dalam membeli produk, konsumen dapat mengetahui nilai produk yang dirasakannya.

Tingkat kepuasan yang tinggi mencerminkan minat beli ulang produk yang tinggi pula. Ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk, sehingga keputusan untuk mengadopsi produk tersebut timbul setelah konsumen mencobanya. Kemudian timbul ketertarikan terhadap produk. Ketertarikan konsumen terhadap produk dapat diambil bila konsumen mempunyai persepsi bahwa produk yang mereka pilih berkualitas dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen. Dengan kata lain, produk tersebut mempunyai nilai dan mutu yang tinggi dimata konsumen. Dalam memanfaatkan fenomena ini, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pangsa pasar sasarannya, karena pada dasarnya perusahaan dalam kegiatannya memproduksi dan menciptakan produk itu merupakan bagian dari cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Penelitian tentang faktor yang mempengaruhi minat beli ulang pernah dilakukan sebelumnya oleh Leurensia Hanjani Putri dalam jurnal Manajemen Bisnis Vol. 1 Nomor 2. (2016) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Terhadap Produk Nugget Delicy. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang yaitu kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, harga, prefensi merek, nilai yang dirasakan, kualitas produk, dan lingkungan fisik.

Berdasarkan penelitian di atas, kecendrungan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang yaitu terjadi pada konsumen, tergantung bagaimana produk yang ditawarkan, baik dan tidak baiknya kualitas produk, merek, harga, dan promosi. Diantara faktor yang menjadi pertimbangan minat beli ulang konsumen adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil

yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan kinerja dari fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Selain itu, terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat salah satunya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi erat. Dengan demikian, jika kinerja suatu produk atau jasa berjalan baik dan mampu diterima dengan baik pula oleh konsumen, minat beli ulang pada suatu produk tertentu akan terjadi.

Selain kepuasan konsumen, harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli ulang produk. Karena harga merupakan salah satu unsur untuk mempertahankan konsumen. Harga dapat dikatakan sebagai usaha untuk mewujudkan citra suatu produk. Jika harga yang ditawarkan ke tangan konsumen tersebut bisa dikatakan baik, mulai dari terjangkau, mempunyai kualitas yang sama dengan harga yang murah dan tidak membosankan, maka dampak yang akan terjadi besar harapan konsumen akan membeli lagi produk tersebut.

Harga menurut Kotler & Armstrong, (2013:151) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Belum diketahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli barang pada Toko Bangunan Jaya Abadi. Banyak sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Alat pengumpulan data berupa kuisioner yang disebar secara online dan offline. Skala

pengukuran variabel menggunakan skala likert dari jenjang 1-5.

## RESULTS AND DISCUSSION

### Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Berdasarkan pada hasil uji validitas, menunjukkan bahwa semua variabel- variabel dalam penelitian ini memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga semua indikatornya dinyatakan valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

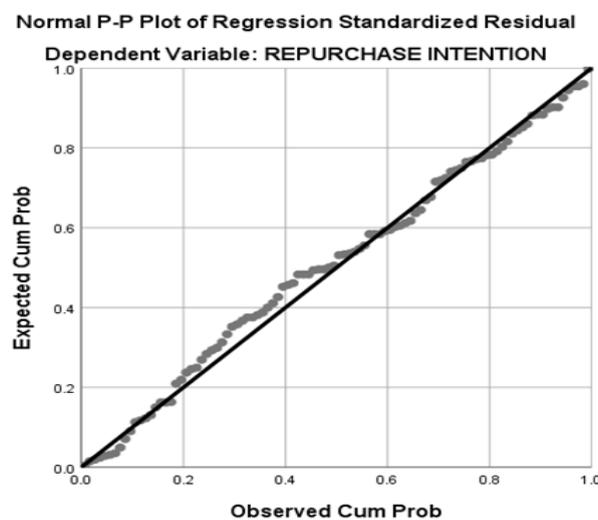
Berdasarkan pada uji realibilitas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki

nilai *Coronbath Alpha* lebih besar dari standar *Alpha* yaitu 0,6 sehingga konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuisioner dinyatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Gozali (2005:22) Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal.



**Gambar 1.** Hasil Uji Normalitas Data

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik *ploting* yang terdapat pada gambar mengikuti atau mendekati garis diagonalnya. Oleh karena itu, pengambilan keputusan dalam uji normalitas menggunakan teknik *probability plot* dapat disimpulkan berdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk menguji multikolonieritas dengan cara melihat nilai

Tolerance dan Variance Inflation Factors (VIF). Kriteria yang digunakan menurut Ghozali (2016) yaitu:

- Apabila nilai tolerance  $>$  0,10 dan nilai VIF  $<$  10 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada multikolonieritas atau bebas multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.
- Apabila nilai tolerance  $<$  0,10 dan VIF  $>$  10 maka dapat dikatakan bahwa ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Data hasil uji multikolonieritas terhadap data-data yang digunakan dalam penelitian ini akan disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 1.** Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0.330	3.027	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	0.330	3.027	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data primer tahun 2022 diolah

Indikasi terjadinya multikolinearitas adalah bila batas VIF 10 dan Tolerance 0,10 maka terjadi multikolinieritas. Dari analisis di atas terlihat bahwa semua variabel independent berhasil lolos dari masalah multikolinieritas.

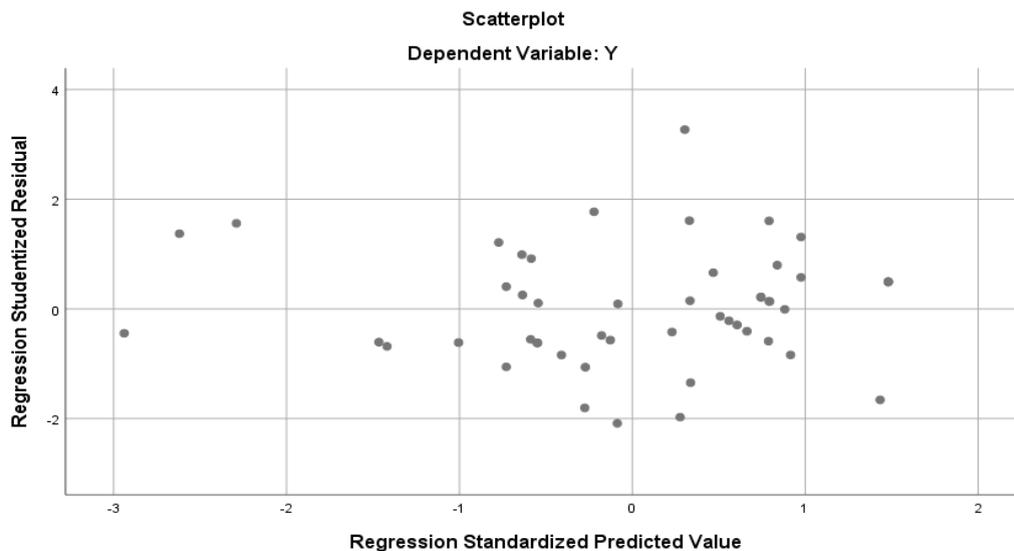
### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang

homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas Imam Ghozali, (2013:139). Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas adalah:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas gambar Scatterplot.

**Gambar 2.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Berdasarkan gambar 2, grafik scatterplot menunjukkan bahwa data tersebar tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Gujarati (2003) mengatakan bahwa analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen

(terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Analisis regresi linier berganda adalah merupakan sebuah analisis statistik yang menghubungkan anatara dua variabel independen atau lebih ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ) Lupiyoadi et al., (2015:157). Hasil analisis

regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (Harga, Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen (Minat Beli Ulang). Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari tiap-tiap variabel

bebas terhadap variabel terikat maka perlu dilakukan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan karena dalam penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel bebas dan untuk mengathui besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.

**Tabel 2.** Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.032	1.185	-	2.560	0.014
Harga	0.104	0.040	0.344	2.593	0.013
Kualitas Pelayanan	0.201	0.049	0.547	4.115	0.000

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 diatas persamaan regresi liner berganda dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = 3.032 + 0.104X_1 + 0.201X_2$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Ulang

b1= Harga

b2= Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

Berdasarkan hasil regresi linier berganda diatas, dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) adalah 3.032. Hal ini berarti bahwa apabila tidak ada pengaruh variabel bebas yang terdiri dari variabel Harga dan Kualitas Pelayanan, maka besarnya variabel terikat Minat Beli Ulang adalah 3.032.
2. Nilai koefisien regresi variabel Harga (**b1**) adalah 0.104 dan memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli Ulang. Hal ini berarti jika terjadi setiap peningkatan pada variabel Harga akan meningkatkan variabel Minat Beli Ulang sebesar 0.104

dengan asumsi variabel bebas lainnya adalah konstan atau tetap.

3. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (**b2**) 0.201 dan memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli Ulang. Hal ini berarti jika terjadi setiap peningkatan pada variabel Kualitas Pelayanan akan meningkatkan variabel Minat Beli Ulang sebesar 0.201 dengan asumsi variabel bebas lainnya adalah konstan atau tetap.

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji t

Untuk melihat adanya pengaruh pada variabel Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur, maka dilakukanlah uji t, apabila nilai dari t tabel lebih besar dari t hitung dengan tingkat signifikansi  $\leq 0,05$  maka variabel Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Ulang. Berikut dapat dilihat hasil uji t dengan program SPSS pada tabel berikut.

**Tabel 3 Hasil Uji t**

No.	Variabel	Thitung	Ttabel	Sig	Keterangan
1.	Harga	2.593	1,675	.013	Signifikan
2.	Kualitas Pelayanan	4.115		.000	Signifikan

Sumber: Data diolah tahun 2022

- a. Variabel Harga memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $2.593 > 1,675$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan

terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur.

- b. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yaitu  $4.115 > 1,675$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerangkan variasi variable dependen. Semakin besar koefisien determinasi maka semakin besar pula variasi variable independen dalam menjelaskan variable dependennya. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.819	0.670	0.660	5.54042

Sumber: data primer tahun 2022 diolah

Berdasarkan tabel 4.14 nilai  $R$  diketahui 0,852, maka koefisien determinasi ( $R$  Square) adalah sebesar  $0,852 \times 0,852 = 0,726$  berarti kemampuan variabel bebas yaitu Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dalam menjelaskan varians dari variabel terikat yaitu Minat Beli Ulang adalah sebesar 72,6% berarti terdapat 27,4% ( $100\% - 72,6\%$ ) varians variabel terikat yang dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada konsumen di wilayah Lombok Timur khususnya di Kecamatan Keruak karena telah menjadi responden dalam penelitian saya ini dan juga terimakasih pada Toko Bangunan Jaya Abadi yang telah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian.

### SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dalam penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur, artinya semakin baik harga yang diberikan perusahaan kepada konsumen

maka akan semakin meningkat pula minat keinginan mereka untuk melakukan pembelian kembali terhadap suatu produk tersebut.

2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Bangunan Jaya Abadi Selebung Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur, artinya semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Toko Bangunan Jaya Abadi maka akan semakin meningkat pula keinginan mereka atau bertumbuhnya minat beli ulang atau niat pembelian kembali.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor-faktor lain seperti kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi Minat Beli Ulang pada Toko-toko yang sejenis.

### Deklarasi penulis

#### Kontribusi dan tanggung jawab penulis

Para penulis membuat kontribusi besar untuk konsepsi dan desain penelitian. Para penulis mengambil tanggung jawab untuk analisis data, interpretasi dan pembahasan hasil. Para penulis membaca dan menyetujui naskah akhir.

#### Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal.

#### Ketersediaan data dan bahan

Semua data tersedia dari penulis.

### Kepentingan yang bersaing

Para penulis menyatakan tidak ada kepentingan bersaing.

### Referensi

- Basu Swastha & Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: CV. Liberty offset.
- BasuSwastha. 2007. Azas Azas Marketing. Yogyakarta: CV. Liberty offset.
- Diponugroho, A., & Santosa, S. B. (2015). analisis pengaruh kualitas produk dan kemampuan inovasi terhadap minat beli ulang dengan daya tarik produk sebagai variabel intervening (Studi Kasus pada Parlour Café Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Hartono. 2000. Pemasaran Koperasi. UMP Purworejo.
- Hasibuan, AR. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Diunduh dari
- Informasi Pendidikan. 2008. Pengertian harga dan tujuan harga menurut para ahli, Diunduh dari
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2014. Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid 1 & 2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Armstrong Gray. 2013. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi ke- 12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Manajemen Pemasaran. Terjemahan Oleh Bob Sabran MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas, Jilid 1 dan 2. Terjemahan oleh Bob Sabran. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 1996. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Hendra Teguh, Rony Antinious, Rusly. Jilid 1. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Laksana, F. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lupiyoadi., Ridho., Ikhsan. 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Manullang M. 1981. Pengantar Ekonomi Perusahaan. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Mowen, Jhon C dan Minor, Michael. 2002. Perilaku Konsumen. Jilid 1. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Rastika, Ginesha. 2013. Pengertian Pembelian, Diunduh dari
- Ratminto & Winarsih A. Septi. 2009. Manajemen Pelayanan, Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Pelayanan Minimal. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ridwan. 2012. Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula. Bandung: Alfabeta.
- Sidharta, Tommy. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen. Diunduh dari
- Sugiyono. 2010. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, (1987:129)
- Tanjung, Vina. 2013. Kualitas Produk, Strategi Harga Dan Minat Beli Konsumen, diunduh dari
- Tjiptono, Fandy & Chandra. 2016. Service Quality Satisfaction. Yogyakarta; CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, 2008. Service Managemet, Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta; CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta; CV. Andi Offset.
- Widoyoko, S. EkoPutro. 2014. Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Yamit, Zulian. 2011. Manajemen Produksi dan Operasional. Yogyakarta: Ekonisia.