

**.PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG MUMU KOPI DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan dalam rangka menyelesaikan studi Diploma IV Untuk memperoleh gelar
Sarjana Sains Terapan (S.St) Pada Departemen Pariwisata Program Studi Manajemen
Perhotelan Universitas Negeri Padang*



DIAJUKAN OLEH:

SALSABIL HAURA

2020/20135122

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN

DEPARTEMEN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2025

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Mumbu
Kopi di Kota Padang**

Nama : Salsabil Haura
Nim : 20135122/2020
Program Studi : Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Juni 2025

Disetujui Oleh :

Pembimbing


Kurnia Illahi Mulya, S.Si, Par. M. Par
NIP. 19840612016011014

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP


Pasiribu, SST, Par. M. Si. Par
NIP. 198705202012041001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Skripsi
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap
Minat Beli Ulang Mumi Kopi di Kota Padang

Nama : Salsabil Haura

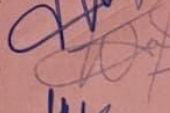
NIM : 20135122

Program Studi : Manajemen Perhotelan

Departemen : Pariwisata

Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2025

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua	Kurnia Illahi Manvi, S.ST.Par., M.Par	1. 
2. Anggota	Waryono, S.Pd., MM.Par	2. 
3. Anggota	Arif Adrian, S.E., M.SM	3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Salsabil Haura
NIM/TM : 20135122 / 2020
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Mumi Kopi di Kota Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

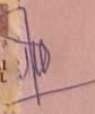
Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Kepala Departemen Pariwisata


Pasaribu, S.Si.Par., M.Si.Par., CHE
NIP. 198705202015041001

Saya yang menyatakan,



Salsabil Haura
NIM 20135122

ABSTRAK

Salsabil Haura, 2025. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Ulang Beli Mumu Kopi Di Kota Padang”. Skripsi. Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan konsumen ketika memutuskan untuk mengonsumsi suatu produk, karena konsumen yang puas merupakan pencetus minat pembelian ulang. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat ulang beli Mumu Kopi di Kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan analisis asosiatif kausal. Subjek penelitian adalah 100 orang responden di Mumu Kopi Kota Padang. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi yang dibantu dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Mumu Kopi Kota Padang, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Mumu Kopi Kota Padang dan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang di Mumu Kopi Kota Padang sebesar 46,7% sedangkan 53,3% lainnya ditentukan oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Minat Ulang Beli, Mumu Kopi.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Karena atas segala limpahan rahmat dan hidayah Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Mumu Kopi di Kota Padang"** sebagai syarat untuk penelitian skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan dan orang terdekat sehingga penulis mampu menyesuaikannya. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih sedalam dalamnya kepada:

1. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd.Ph. D. Selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan perhotelan Universitas Negeri Padang
2. Bapak Pasaribu, SST.Par, M.Si.Par, CHE.. Selaku Ketua Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
3. Ibu Nidia Wulansari, M.M. Selaku Dosen Penasehat Akademik
4. Bapak Kurnia Illahi Manvi, S.ST. Par, M.Par Selaku Dosen Pembimbing Skripsi
5. Bapak Waryono, S.Pd, MM.Par selaku Dosen Penguji 1 Skripsi
6. Bapak Arif Adrian, S.E, M.SM selaku Dosen Penguji 2 Skripsi

7. Staff Administrasi yang telah membantu penulis dalam melengkapi surat-surat yang diperlukan pada Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

8. Bapak Fikri selaku Owner Mumu Kopi

9. Terkhusus kepada orang tua dan keluarga penulis yang telah mendoakan setiap saat dan memberi dukungan baik moral maupun materi

Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pembaca khususnya.

Padang, 30 Mei 2025

Salsabil Haura

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Aspek-aspek teoritis	9
B. Penelitian yang Relevan.....	17
C. Kerangka Konseptual	18
D. Hipotesis Penelitian.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
C. Variabel Penelitian	22
D. Definisi Operasional Variabel	22
E. Populasi dan Sampel	25
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	26
G. Instrumen Penelitian.....	27
H. Uji Coba Instrumen	31
I. Teknik Analisis Data	34
J. Uji Persyaratan Analisis	37
K. Pengujian Hipotesis.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian	41
1. Deskripsi Data Responden	41
2. Deskriptif Data Variabel.....	44
B. Uji Persyaratan Analisis	50
1. Uji Normalitas	50
2. Uji Multikolinearitas.....	51
3. Uji Heteroskedastisitas	52
C. Uji Hipotesis	53
D. Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Review</i> pelanggan kualitas pelayanan	2
Gambar 2. <i>Review</i> pelanggan Minat Beli Ulang.....	2
Gambar 3. <i>Review</i> pelanggan mengenai harga	3
Gambar 4. Kerangka Konseptual	19

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skala Likert	28
Tabel 2. Kisi-kisi instrumen penelitian	29
Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	32
Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	32
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	33
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Minat Beli Ulang (Y)	34
Tabel 7 Tingkat Capaian Indikator	37
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Umur Responden	42
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Pendidikan Responden.....	43
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Kunjungan Responden	44
Tabel 12. Deskripsi Data Total Variabel Kualitas Pelayanan	45
Tabel 13. Hasil Perhitungan TCR Variabel Kualitas Pelayanan	46
Tabel 14. Deskripsi Data Total Variabel Harga	47
Tabel 15. Hasil Perhitungan TCR Variabel Harga	48
Tabel 16. Deskripsi Data Total Variabel Minat Beli Ulang.....	49
Tabel 17. Hasil Perhitungan TCR Variabel Minat Beli Ulang	50
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 19. Hasil Uji Multikolienaritas Penelitian Variabel.....	52
Tabel 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 21. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	54
Tabel 22. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang	55
Tabel 23. Koefisien Determinan Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis kuliner di Indonesia tumbuh menyebar dimana mana, menunjukkan bahwa industri kuliner terlihat terus berkembang bahkan dikatakan sedang berkembang dan sangat *booming* pada kalangan saat ini. Menurut Ferdiani (2020) menjelaskan bahwa bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang paling banyak dijalankan hingga saat ini. Industri ini juga sangat diharapkan dapat menjadi pendorong tercapainya target pertumbuhan industri nonmigas serta meningkatkan realisasi investasi di tahun-tahun kedepannya. Oleh karena itu, kreativitas dibidang kuliner harus terus berkembang dengan berbagai inovasinya. Salah satu bisnis kuliner yang paling diminati oleh kalangan sekarang ini yaitu kafe.

Menurut Maulidi (2017), kafe adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Kafe termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan sedikit alunan musik. Para penikmat kopi dapat datang ke kafe dengan mudah dan menikmati secangkir kopi yang berkualitas. Hal ini menjadi perhatian bagi perusahaan dalam menciptakan produk minuman kopi yang mempunyai kualitas bagus sehingga akan berdampak kepada kepuasan konsumen.

Di kota padang, terdapat banyak kafe salah satunya yaitu mumu kopi. Mumu Kopi merupakan salah satu kafe berada di alamat Jl. Elang

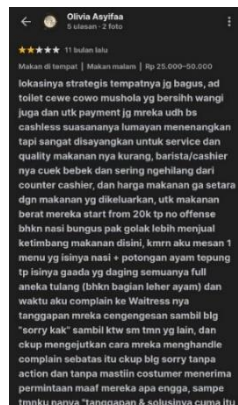
Raya, Air Tawar Bar., Kec. Padang Utara, Kota Padang, yang terletak di dekat Universitas Negeri Padang. Namun, belakangan ini mumu kopi mengalami penurunan pembeli hal ini terlihat dari suasana kafe ini yang sering terlihat sepi. Hal ini dapat disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik. Berikut hasil *review* pelanggan :



Gambar 1. Review pelanggan kualitas pelayanan
Sumber : Google Review



Gambar 2. Review pelanggan Minat Beli Ulang
Sumber : Google Review



Gambar 3. Review pelanggan mengenai harga
Sumber : Google Review

Hasil *review* dari beberapa pelanggan ini terlihat bahwa terjadi penurunan minat beli ulang dari pelanggan karena pelayanan yang kurang baik dan tingginya harga. Hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa yang merupakan salah satu pelanggan mumu kopi didapatkan informasi bahwa mereka sudah mulai jarang belanja ke Mumu Kopi karena harga sudah mulai tinggi dan pelayanan kurang baik, sehingga tidak terjadinya minat beli ulang di Mumu Kopi.

Menurut (Hidayat dan Resticha, 2019) minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu oleh konsumen. Minat beli ulang berhubungan dengan perasaan dan emosi. Bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang, maka hal itu akan memperkuat minat beli, dan ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat.

Disini perusahaan tentunya harus mempertimbangkan faktor yang dapat menarik konsumen untuk datang dan merasa puas saat menikmati produk tersebut dan menggunakan produknya kembali sehingga menciptakan pembelian ulang. Di tengah persaingan yang ketat, pembelian

ulang menjadi sangat penting bagi perusahaan karena loyalitas konsumen tentunya menjadi aset berharga bagi perusahaan. Persaingan yang ketat juga mengharuskan perusahaan untuk menjaga keberlangsungannya, dengan cara mempertahankan pelanggannya. Gabriel, et al (2022: 846-847) menyatakan bahwa perusahaan perlu menanamkan persepsi subyektif kepada konsumen ketika sedang mengonsumsi barang atau jasa sehingga konsumen berminat untuk melakukan pembelian ulang. Dalam pembelian ulang ini ada beberapa hal yang dapat dicermati adalah kualitas produk, keterjangkauan harga, promosi, dan layanan. Penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang, dengan fokus pada pengaruh kualitas pelayanan dan harga.

Menurut Tjiptono (2019:305) kualitas pelayanan adalah “upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan/konsumen.” Adapun Indikator kualitas pelayanan menurut (Tjiptono 2019:305) adalah : Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*), Bukti fisik (*tangible*).

Selain kualitas pelayanan, adapun faktor lainnya yang menentukan minat beli ulang pada pengunjung, yakni persepsi harga. Persepsi harga juga membuktikan bahwa banyak konsumen yang menilai sebuah produk berdasarkan harganya. Menurut Ramita Sari M. dan Lestari R. (2019) “ harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat

karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

Persepsi harga itu sendiri merupakan penilaian pengunjung dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk akal, dapat diterima atau dapat dijustifikasi (T. Kotler dan Armstrong, 2017). Terdapat empat indikator harga yaitu “ Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Kesesuaian harga dengan manfaat, Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga” (Kotler dan Armstrong (2016:78).

Dari paparan diatas, telah dijelaskan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat beli ulang pada pengunjung. Apabila pelanggan merasa tidak puas akan pelayanan dan harga yang diberikan maka tidak akan terjadinya berkunjung kembali dan pelanggan tidak merekomendasikan kafe tersebut kepada orang lain yang mana hal itu berdampak terhadap minat beli ulang yang terjadi di Mumu Kopi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka terdapat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Berkurangnya minat untuk melakukan transaksi kembali di mumu kopi
2. Tidak adanya rekomendasi dari pembeli yang sudah melakukan transaksi

3. Kualitas pelayanan yang kurang, terlihat dari tidak tepat waktu menyajikan makanan.
4. Harga tinggi dan tidak sesuai harga dengan kualitas produk yang diberikan
5. Harga tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Mumu Kopi Kota Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Mumu Kopi Kota Padang?
2. Bagaimana harga di Mumu Kopi Kota Padang?
3. Bagaimana minat beli ulang di Mumu Kopi Kota Padang.
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di Mumu Kopi Kota Padang?
5. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap minat beli ulang di Mumu Kopi Kota Padang?
6. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang di mumu kopi.

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Mumu Kopi Kota Padang.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan di Mumu Kopi Kota Padang.
- b. Untuk mendeskripsikan harga di Mumu Kopi Kota Padang.
- c. Untuk mendeskripsikan minat beli ulang di Mumu Kopi Kota Padang.
- d. Untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di mumu kopi.
- e. Untuk menganalisa pengaruh harga terhadap minat beli ulang di mumu kopi.
- f. Untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang di mumu kopi.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mumu Kopi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi Mumu Kopi sebagai masukan serta saran untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan melalui perbaikan *team building*

2. Bagi departemen pariwisata

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi pembelajaran Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang mengenai kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis sendiri untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dan mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan dan juga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S.ST.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Mumu Kopi Kota Padang.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Mumu Kopi Kota Padang
3. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang di Mumu Kopi Kota Padang sebesar 46,7% sedangkan 53,3% lainnya ditentukan oleh faktor lain.

B. Saran

1. Bagi Manajemen Mumu Kopi Kota Padang:

- a. Agar meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam hal kecepatan pelayanan, keramahan staf, serta kenyamanan tempat. Meskipun sudah tergolong sangat baik, konsistensi dalam memberikan pelayanan prima merupakan kunci untuk menjaga loyalitas pelanggan.
- b. Agar mengoptimalkan strategi penetapan harga. Harga yang sudah dinilai sangat baik tetap perlu dievaluasi secara berkala agar tetap sesuai dengan daya beli pelanggan dan kompetitif di pasar. Menyediakan variasi harga atau paket promo dapat menjadi

strategi untuk menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas.

- c. Mengingat variabel harga memiliki pengaruh paling dominan, Mumu Kopi dapat lebih menonjolkan nilai ekonomis produk melalui promosi, komunikasi visual, dan penawaran loyalty (seperti kartu member atau sistem poin).

2. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Disarankan untuk menambahkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi minat beli ulang, seperti promosi, kualitas produk, citra merek, suasana kafe, dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, model yang dihasilkan bisa lebih komprehensif.

3. Bagi Akademisi dan Praktisi Pemasaran

- 1) Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi empiris dalam memahami faktor-faktor yang membentuk loyalitas pelanggan, khususnya di sektor jasa makanan dan minuman.
- 2) Penelitian ini juga memperkuat pentingnya pengelolaan harga dan pelayanan dalam menciptakan customer retention, yang sangat vital dalam keberlanjutan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. Indonesian Indovisi Institute.
- Albari, & Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers ' PurchasinSafitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers ' Purchasing Decisions. Review of Integrative Business and Economics Research, 7(2), 328–337.g Decisions. Review of Integrative Business and Economics Research, 7(2), 328–337.
- Andari & Mathori. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Yogyakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha Vol.3, No.2, Juni 2023, 468 – 489 ISSN 2808-1617.
- Awil, Y. L., & Chaipoo Pirutana, S. (2014). A Study of Factors Affecting Consumer's Repurchase Intention toward XYZ Restaurant in Myanmar. International Conference on Trends in Economics, Humanities, and Management.
- Erdil, T. Sabri. (2015). Effects Of Customer Brand Perceptions On Store Image And Purchase Intention: An Application In Apparel Clothing. Procedia-Social And Behavioral Sciences, 207, 196–205.
- Fauzi, D. H. F., & Ali, H. (2021). Determination of Purchase and Repurchase Decisions: Product Quality and Price Analysis (Case Study on Samsung Smartphone Consumers in the City of Jakarta). Dinasti International

Journal of Digital Business Management, 2(5), 794–810.
<https://doi.org/10.31933/djdbm.v2i5.965>.

Hidayat, R., dan Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam).

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2017), Principles of Marketing, Edisi : 17, United States of America: Pearson Education.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), Marketing Management, Edisi : 15e, United States of America: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing management (15th ed.). Upper addle River, NJ: Pearson Education.

Lamongi, Jackline Et al. 2018. Pengaruh Ex-periential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di J.Co Donuts Dan Coffee Manado Town Square Manado. Manado: Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.

Listyowati KR & Irmawati. (2024). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Di Shopee Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. Manajemen dan Bisnis; 6 (1): 56-71; 2024.

Laurensia Hanjani Putri LJ. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Volume 1, Nomor 2, Juni 2016.

- Maulana MIN. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 5, Nomor 6, Februari 2021
- Maulidi, A. (2017). Pengertian Kafe (Kafe). Diakses tanggal 27 Juni 2022 dari <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-kafe-kafe>.
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli ulang. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 654–661.
- Murwanti, S., Pratiwi, A., dan P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS). *Manajemen Dan Bisnis*, 9(2007), 207–227.
- Monroe, K. B. (2023). *The Pricing Strategy Handbook: A Guide to the Economics and Psychology of Pricing*. Cambridge University Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pupuani, N. W., & Sulistyawati, E. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen dan Perilaku Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent di Kota Denpasar). *E-Jurnal Management*.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (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), 1–12.
Retrieved from
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17525/16774>
- Sukarno, G., dan Nirawati, L. (2016). Kontribusi Human Capital Dan Customer Capital Dalam Menggapai Kinerja Café Dan Resto Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(2), 137-149. <https://doi.org/10.14710/jis.15.2.2016.137-149>
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfaction* (Edisi 4). Penerbit Andi.
- Wanda ES & Susanto H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Lariez48 Di Sampit. *Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)*. Vol. 9/No. 2/2024/115-126 ISSN: 2503-4901.
- William & Purba. T (2020). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal Emba*. Vol.8 No.1 Februari 2020, Hal. 1987-199.
- Yasri, Y., Susanto, P., Hoque, M. E., & Gusti, M. A. (2020). Price perception and price appearance on repurchase intention of Gen Y: do brand experience and brand preference mediate? *Heliyon*, 6(11).
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.