Vol. 13. No. 01 ISSN : 2302-7061
e – Jurnal Riset Manajemen
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
website : http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm (email : adm_mjnfeb@unisma.ac.id)

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Warung Makan Tacibay Dinoyo Kota Malang)

Khoiril Waris *)
Budi Wahono **)
M. Khoirul ABS***)

Email : khoiril.waris03@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This research was conducted to determine the effect of product quality on repurchase interest through customer satisfaction. The method used in this study is a quantitative method with an explanatory type of research. The population of this study is Tacibay Food Shop customers with a sample of 60 respondents obtained using non-probability sampling techniques with a purposive sampling approach. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) data analysis method with the help of SmartPLS 3.2.9 software. The results of this study show that product quality affects repurchase interest, customer satisfaction affects repurchase interest, product quality affects customer satisfaction, product quality affects repurchase interest through customer satisfaction.

***Keywords**: Product Quality, Repurchase Interest, Customer Satisfaction*

Pendahuluan

Persaingan di era modern ini semakin ketat, manusia saling bersaing untuk menciptakan hidup yang lebih baik, demi menciptakan tempat yang layak bagi kehidupan mereka. Begitu pula yang terjadi di dalam dunia bisnis, semua berlomba-lomba untuk meningkatkan daya beli konsumen, hal itu menjadi lumrah dan suatu keharusan bagi kalangan pebisnis, baik bisnis lokal maupun inter lokal. Di Indonesia persaingan sudah terjadi perubahan yang signifikan, banyak hal yang sudah mempengaruhi terjadinya persaingan, beberapa diantaranya adalah target pencapaian, inovasi-inovasi di dalam hidup manusia, tingkat kreatifitas manusia yang terus berkembang.

Di Malang belakangan ini terdapat bisnis kuliner yang mengalami kemajuan, perkembangan terjadi dengan banyaknya restoran yang terus bermunculan (Wulan, 2021). Apalagi di kota Malang tingkat persaingan bisnis sangat tinggi disamping terkenal dengan kota wisata, kota malang juga dikenal sebagai kota pendididikan. Sehingga banyak orang-orang datang dari berbagai penjuru Indonesia bahkan manca negara untuk melakukan aktivitas wisata dan pendidikan, maka dari itu, masyarakat kota tersebut berlomba-lomba untuk mendirikan bisnis khusunya bisnis dalam bidang kuliner, salah satu bisnis kuliner yang ada disudut kota Malang adalah Ayam Tacibay. Merupakan suatu bisnis dibidang kuliner yang *concern* pada produk *Kentucky fried chicken* dengan sistem service swalayan.

Minat beli ulang merupakan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang dimasa yang akan datang. Perilaku pembelian ulang harus diperhatikan oleh pelaku usaha atau perusahaan karena hal ini sangat penting bagi berlangsungnya usaha, tentu saja setiap perusahaan menginginkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang berdampak pada keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan konsumen. Menurut Novantiano (2007) pembelian ulang adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberpa kali, jadi pembelian ulang adalah suatu proses membeli suatu produk untuk kesekian kalinya, setelah melakukan proses membeli sebelumya.

Dengan demikian perusahaan lebih ekonomis karena aktivitas menarik pelanggan baru dapat menghabiskan biaya yang lebih besar bagi perusahaan.

Kualitas produk ialah faktor yang sangat penting adanya untuk suatu perusahaan jika ingin produk yang dipasarkan dapat bersaing di dunia bisnis. Adanya hubungan timbal balik yang dilakukan antara perusahaan dengan konsumen mereka akan memberikan kesempatan untuk mengenali dan menguasai apa yang jadi kebutuhan dan harapan pada persepsi pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014) kualitas produk merupakan karakteristik yang ada dalam suatu produk yang dapat memenuhi keperluan konsumen.

Kepuasan pelanggan menjadi hal wajib untuk diperhatikan oleh setiap para pelaku usaha khususnya bidang kuliner dalam menjalankan kegiatan usahanya. Pada saat ini banyak para pelaku usaha yang bergerak dibidang kuliner semakin memahami arti pentingnya kepuasan pelanggan dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi para pelanggannya. Semakin terpenuhi harapan dari pelanggan tentu pelanggan akan semakin puas.

Oleh karena itu, pelaku usaha khusunya Warung Makan Tacibay harus dituntut untuk selalu memberikan kualitas dan menciptakan keunggulan pada produknya sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Jika mereka merasa bahwa pada tempat makan yang dikonsumsi sesuai dengan harapan maka akan memunculkan kepuasan, begitupun sebaliknya jika tidak sesuai dengan harapannya maka akan menimbulkan perasaan kecewa pada pelanggan. Dari kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut maka akan menimbulkan minat beli ulang pada warung makan yang dikonsumsi sebelumnya.

Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang?
3. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan?
4. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Minat Beli Ulang

Minat beli ulang Menurut Keller (2009: 235) adalah perilaku seorang konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan tindakan pembelian ulang. Perilaku dari seorang konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya dalam melakukan pembelian yang timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif (Bowen, 2014). Menurut Ferdinand (2014) indikator yang mempengaruhi Minat Beli Ulang adalah : (1.) Minat transaksional (2.) Minat referensial (3.) Minat preferensial (4.) Minat eksploratif.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan dan dikonsumsi yang mungkin memenuhi kebutuhan. Kualitas produk sebagai karakteristik yang dimiliki oleh produk yang menanggung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang tersirat atau yang dinyatakan (Razak, 2019). Menurut

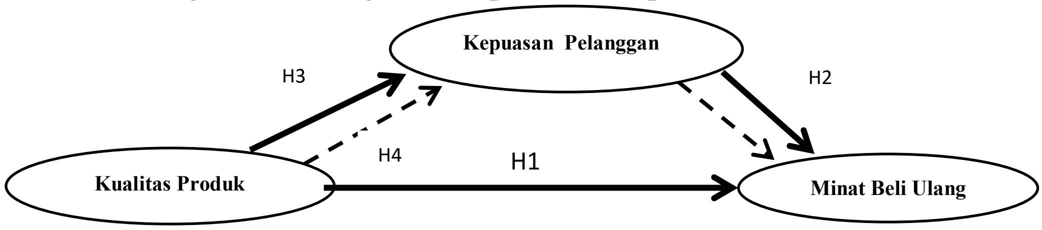
Alvian (2021) indikator yang mempengaruhi Kualitas Produk adalah : (1.) Kesegaran (2.) Tampilan (3.) Rasa (4.) Inovasi makanan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Westbrook & Reily (2016:353) Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli, serta pasar secara keseluruhan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 150) indikator yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah : (1.) Pembelian ulang (2.) Menciptakan *word of mouth* (3.) Menciptakan citra merek yang baik bagi perusahaan (4.) Menciptakan keputusan pembelian di perusahaan yang sama.

Kerangka Konseptual

Berikut gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini :



1. H1 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang
2. H2 : Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang
3. H3 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan
4. H4 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan

Metode Penelitian

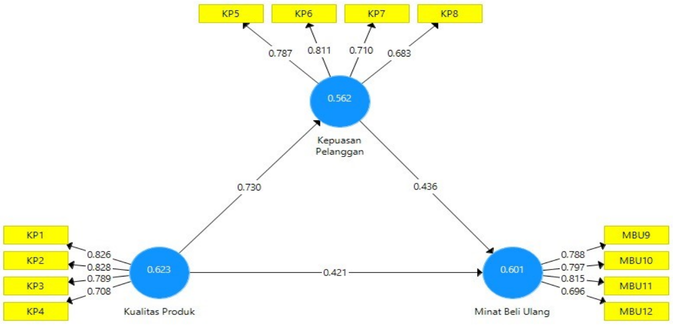
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi dalam penelitian ini pada warung makan Tacibay Dinoyo, Kota Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan warung makan tacibay Dinoyo, Kota Malang yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Sampel dalam penelitian ini didapatkan sebanyak 60 responden menggunakan rumus Malhotra dengan teknik purposive sanpling. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan data dianalisis menggunakan teknik SEM (Structural Equation Modelling) menggunakan bantuan software Smart PLS 3.2.9.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Uji Validitas

Convergent Validity



Gambar 1 Model Analisis Convergent Validity

Tabel 1 Hasil Analisis Convergent Validity

Variabel	Indikator	*Outer Loading*	Keterangan
Kualitas Produk (X)	KP1	0,826	Valid
	KP2	0,828	Valid
	KP3	0,789	Valid
	KP4	0,708	Valid
Kepuasan Pelanggan (Z)	KP5	0,787	Valid
	KP6	0,811	Valid
	KP7	0,710	Valid
	KP8	0,683	Tidak Valid
Minat Beli Ulang (Y)	MBU9	0,788	Valid
	MBU10	0,797	Valid
	MBU11	0,815	Valid
	MBU12	0,696	Tidak Valid

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1, diketahui indikator KP8 dan MBU12 memiliki nilai *Convergent Validity* dibawah 0.7*,* sehingga nilai tersebut tidak memenuhi nilai *Convergent Validity,* modifikasi model dilakukan dengan mengeliminasi indikator tersebut.

Tabel 2 Hasil Analisis Convergent Validity Kedua

Variabel	Indikator	*Outer Loading*	Keterangan
Kualitas Produk (X)	KP1	0,828	Valid
	KP2	0,828	Valid
	KP3	0,799	Valid
	KP4	0,691	Tidak Valid
Kepuasan Pelanggan (Z)	KP5	0,831	Valid
	KP6	0,816	Valid
	KP7	0,741	Valid
Minat Beli Ulang (Y)	MBU9	0,832	Valid
	MBU10	0,802	Valid
	MBU11	0,837	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2, setelah dilakukan modifikasi model, indikator KP4 memiliki nilai Convergent Validity dibawah 0.7, sehingga nilai tersebut tidak memenuhi nilai Convergent Validity, maka dilakukan modifikasi model dengan mengeliminasi indikator tersebut.

Tabel 3 Hasil Analisis Convergent Validity Ketiga

Variabel	Indikator	*Outer Loading*	Keterangan
Kualitas Produk (X)	KP1	0,851	Valid
	KP2	0,811	Valid
	KP3	0,852	Valid
Kepuasan Pelanggan (Z)	KP5	0,833	Valid
	KP6	0,813	Valid
	KP7	0,742	Valid
Minat Beli Ulang (Y)	MBU9	0,837	Valid
	MBU10	0,793	Valid
	MBU11	0,839	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan modifikasi model pada tabel 3, dengan mengeliminasi indikator KP4 yang tidak memenuhi nilai convergent validity didapatkan hasil valid pada semua indikator. Maka uji selanjutnya dapat dilakukan.

Descriminant Validity

Tabel 4 Hasil Analisis Descriminant Validity

	Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan	Minat Beli Ulang
KP1	**0,851**	0,592	0,595
KP2	**0,811**	0,538	0,591
KP3	**0,852**	0,598	0,677
KP5	0,611	**0,833**	0,638
KP6	0,549	**0,813**	0,568
KP7	0,475	**0,742**	0,501
MBU9	0,669	0,586	**0,837**
MBU10	0,474	0,628	**0,793**
MBU11	0,676	0,569	**0,839**

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4, diatas, menunjukkan bahwa tidak ada permasalahan *descriminant validity,* dikarenakan nilai setiap *cross loading* setiap indikator memiliki nilai lebih besar dari setiap konstruk dibandingkan nilai indikator pada konstruk lainnya.

Uji Reliabilitas

Composite Reliability

Tabel 5 Hasil Analisis Composite Reliability

Variabel	*Composite Reliability*	*Rule of Thumb*	Keterangan
Kualitas Produk (X)	0,876	0.7	Realibel
Kepuasan Pelanggan (Z)	0,839	0.7	Realibel
Minat Beli Ulang (Y)	0,863	0.7	Realibel

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa nilai *Composite Reliabily* variabel kualitas produk sebesar 0,876 dimana nilai tersebut > 0,7 untuk variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai CR sebesar 0,839 yang juga menunjukkan > 0,7 serta pada variabel minat beli ulang memiliki nilai CR > 0,7 yaitu sebesar 0,863. Hal ini menunjukkan bahwa nilai CR pada setiap varriabel diatas nilai 0,7, sehingga semua variabel dapat dikatakan reliabel.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Uji Determinasi (R2)

Tabel 6 Hasil Uji Determinasi (R2)

Variabel	*R square*	*R Adjusted*
Kepuasan Pelanggan	0,474	0,465
Minat Beli Ulang	0,633	0,620

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6, diketahui bahwa nilai R^2 kepuasan pelanggan menunjukkan nilai sebesar 0.465 (46.5%), artinya variabel kualitas produk mampu berkontribusi menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 46.5% . Sisa presentase 53,5% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak dianalisis.

Nilai R^2 minat beli ulang memiliki nilai sebesar 0.620 atau 62%, artinya variabel kualitas produk mampu berkontribusi menjelaskan variabel minat beli ulang sebesar 62%. Sisa presentase 38% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak dianalisis.

Predictive *Relevance* (Q2)

Tabel 7 Hasil Predictive Relevance (Q2)

Variabel	Q2_*predict*
Kepuasan Pelanggan	0,248
Minat Beli Ulang	0,375

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Predictive Relevance* (Q2) variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,248, dan variabel minat beli ulang sebesar 0,375. Sehingga dapat dikatakan data tersebut memiliki observasi yang bagus, dikarenakan memiliki nilai Q2_predict diatas 0.

Goodness Of Fit

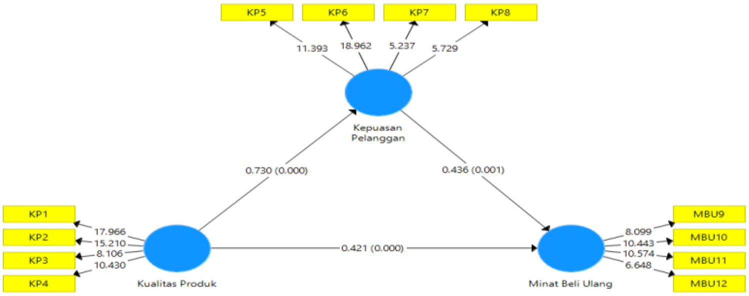
Tabel 8 Hasil Goodness of Fit

	Saturated Model	*Estimated Model*
SRMR	0,091	0,091
d_ULS	0,370	0,370
D_G	0,220	0,220
Chi-Square	74,790	74,790
NFI	0,711	0,711

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui nilai SRMR sebesar 0.091, dapat disimpulan bahwa SRMR < 0.1, Sedangkan nilai NFI sebesar 0.711, yang dapat diartikan NFI memiliki nilai mendekati 1. Sehingga dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis karena data yang digunakan fit dan memenuhi kriteria *goodness of fit*

Uji Hepotesis



Gambar 2 Model Persamaan Struktural

Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Tabel 8 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Langsung

Hipotesis	Hubungan	*Original Sample*	*T-Statistic*	*P-Values*	Ket.
H_1	KP → MBU	0,421	3,560	0,000	Signifikan
H_2	KEP → MBU	0,436	3,255	0,001	Signifikan
H_3	KP → KEP	0,730	7,526	0,000	Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 9 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Tidak Langsung

Hipotesis	Hubungan	*Original Sample*	*T-Statistic*	*P-Values*	Ket.
H_4	KP – MBU - KEP	0,319	2,818	0,005	Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Pembahasan Hasil Pengujian Secara Langsung

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang

Dari hasil perhitungan uji hipotesis secara langsung maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap minat beli ulang. Dengan demikan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang dimiliki Warung Makan Tacibay berdampak positif terhadap minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang pada Warung Makan Tacibay.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang

Dari hasil perhitungan uji hipotesis secara langsung maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Dengan demikan dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas ketika melakukan pembelian pada Warung Makan Tacibay, sehigga hal tersebut berdampak positif terhadap minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang pada Warung Makan Tacibay.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan uji hipotesis secara langsung maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikan dapat disimpulkan bahwa adanya kualitas produk yang dimiliki Warung Makan Tacibay dapat memenuhi harapan mereka, sehingga pelanggan merasa puas atas kualitas produk yang dimiliki Warung Makan Tacibay.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan uji hipotesis secara tidak langsung maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. Dengan demikan dapat disimpulkan bahwa adanya kualitas produk yang dimiliki Warung Makan Tacibay dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang karena mereka merasa puas dan terpenuhi atas kualitas yang disajikan, sehingga pelanggan merasa seneng melakukan pembelian ulang pada Warung Makan Tacibay.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terkait Kualitas Produk, Minat Beli Ulang dan Kepuasan Pelanggan pada Warung Makan Tacibay, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada pelanggan Warung Makan Tacibay.
2. Kepuasan pelanggan terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada pelanggan Warung Makan Tacibay.
3. Kualitas produk terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Tacibay.
4. Kualitas produk terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan pada Warung Makan Tacibay.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan hanya satu variabel yakni kualitas produk, sedangkan pada fenomenanya masih terdapat banyak hal yang dapat digunakan sebagai variabel bebas untuk menunjang kualitas penelitian.

Saran

1. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel-variabel lain yang dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, selain itu untuk keperluan penelitian, peneliti juga dapat meneliti di objek penelitian yang berbeda.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya menjadi acuan dalam penelitian sejenis yang dapat menunjang kualitas penelitian untuk mendapatkan penelitian yang lebih baik.

Referensi

Agustin, P. D., Hamdun, E. K., & Syahputra, H. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Ikan Kering Ud. Putra Putri Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, *2*(9), 2040-2057.

Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, *7*(1), 17-32.

Fauzi, U., Nurhidayah, N., & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Product Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Eastu Coffeebar Wajak). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, *12*(01).

Kusuma, R. W., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh Kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional terhadap kepuasan pelanggan. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 4(12).

Manggala, H., & Adirinekso, G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi. Jurnal Ilmu Manajemen, 19(1), 39-53.

Maulana, A. Z., & Sukresna, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi: Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread Di Kota Bogor). *Diponegoro Journal of Management*, *11*(1).

Mulyana, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shao Kao Kertajaya Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, *7*(2).

Nyarmiati, N., & Astuti, S. R. T. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati). *Diponegoro Journal of Management*, *10*(2).

Pebriana, I. K. D. P., & Oktarini, L. N. (2023). Analisis Minat Beli Ulang pada Sektor Usaha Kuliner. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, *3*(4), 687-697.

Purnomo, A. N. M., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bbq Mountain Boys Burger Bandung. *eProceedings of Management*, *9*(1).

Saputra, A. R., & Setiawan, H. (2022, October). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Di Doremie Madiun Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).

Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, *5*(1), 26-33.

Wicaksana, M. R. A., & Santosa, S. B. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada Pelanggan JNE di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, *11*(3).

Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D'fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, *18*(2), 225-238.

Zai, K., & Christiani, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Restoran Gado–Gado Kelapa Kuning, Tangerang. Jurnal Penelitian Manajemen, 1(01 (OKTOBER)), 9-16.

Khoiril Waris *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma
Budi Wahono **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma
M. Khoirul ABS***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma