PENGARUH HARGA DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP MINAT BELI ULANG UNTUK BERLANGGANAN KARTUHALO PASCABAYAR TELKOMSEL DI KOTA BANDUNG (STUDI KASUS PADA PELANGGAN kartuHALO di GraPARI Telkomsel Jalan Ir. H. Djuanda No. 247 KOTA BANDUNG)

Oleh:
AZHAR RACHMAN SIDIQ
21214263

Pembimbing: Dr. Rizki Zulfikar, SE., M.Si
e-mail: azharrachmans@gmail.com

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan pelanggan terhadap salah satu provider PT. Telekomunikasi Seluler di Bandung khususnya kartuHALO mengenai harga, *service quality*, minat beli ulang, serta seberapa besar pengaruh harga dan *service quality* terhadap minat beli ulang kartuHALO pascabayar pada perusahaan PT. Telekomunikasi Seluler. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 97 pengguna. Data dikumpulkan menggunakan metode kuisioner dan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan asumsi klasik.

Kata kunci: Harga, *Service Quality*, dan Minat Beli Ulang

THE INFLUENCE OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON REPURCHASE INTEREST TO SUBSCRIBE TO KARTUHALO POSTPAID TELKOMSEL IN BANDUNG CITY (CASE STUDY ON CUSTOMER KARTUHALO IN GRAPARI TELKOMSEL JALAN IR. H. DJUANDA NO. 247 BANDUNG)

Abstract- This study aims to determine the response of customers to one of the providers of PT. Cellular Telecommunication in Bandung especially kartuHALO regarding prices, service quality, repurchase interest, and how much influence the price and service quality on buying interest in kartuHALO postpaid at PT. Cellular Telecommunications. The research method used is descriptive and verification method with a total sample of 97 users. Data collected using questionnaire method and data analysis used are multiple regression analysis and classical assumptions

Keywords: Price, Service Quality, and Repurchase Interest

PENDAHULUAN

Saat ini komunikasi adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh banyak orang. Tujuan dari komunikasi yaitu untuk selalu terhubung dengan orang-orang terdekat, dan juga tidak putus komunikasi dengan teman atau pun keluarga.

Di era yang semakin maju dan berkembang seperti saat ini, jaringan telekomunikasi menjadi hal yang sangat dibutuhkan dalam segala hal. Tidak dapat dipungkiri ada bermacam-macam jaringan komunikasi yang bisa kita gunakan, entah dalam hal: bisnis, ekonomi, pendidikan, dan lain sebagainya (galeripustaka.com, 2013).

Evolusi industri telekomunikasi begitu signifikan dewasa ini. Pada mulanya, manusia bisa bertelekomunikasi jarak jauh melalui telegraf atau layanan pos, namun seiring berkembangnya teknologi ditemukanlah telepon sebagai alat komunikasi yang efektif dan digemari masyarakat. Melihat kebutuhan komunikasi yang terus meningkat maka semakin banyak pula perusahaan pelayanan jasa telekomunikasi/ provider saling berlomba untuk menjadi yang tebaik demi memenuhi kebutuhan para pengguna jasa telekomunikasi.

Menurut Febrian Adiputra dan Sutopo (2016) Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian konsumen di mana kesesuaian antara performa dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang dapat memenuhi keinginan konsumen dan membuat konsumen puas akan produk dan jasa yang ditawarkan meng-hasilkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya lagi di masa akan dating dan akan terus membelinya secara berulang-ulang

Telkomsel menempati urutan pertama dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, namun hal tersebut tidak sebanding dengan jumlah pengguna kartu pascabayar kartuHALO yang hanya berjumlah 3,5 juta pengguna di Indonesia Herman (2016)

Salah satu factor yang dapat meningkatkan minat beli ulang yaitu harga dan *service quality*.

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Eko Purnomo (2016) mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Dengan kata lain, harga merupakan total biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli produk.
Indikator – indikator dalam harga menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) yaitu sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Service Quality

Menurut Tjiptono (2009) dalam Alfredo Dwitama Soenawan (2010), tingkat kualitas jasa (layanan) merupakan aspek krusial dalam penawaran jasa total. Kualitas merupakan salah satu faktor penting yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi jasa suatu organisasi.

Menurut Parasuraman, et al., (1998) dalam Anik Lestari A (2013) lima dimensi servis quality (*SERVQUAL*) sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya Tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan dan Kepastian (*assurance*)
5. Empati (*empathy*)

Minat Beli Ulang

Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian konsumen di mana kesesuaian antara performa dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan meng-hasilkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya lagi di masa akan datang (Kusdyah, 2012 dalam Febrian Adiputra dan Sutopo 2016).

Menurut Ferdinand (2006) dalam Faradiba dan Sri Rahayu Tri Astuti (2013), minat beli dapat diidentifikasikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat Transaksional
2. Minat referensial
3. Minat prefensial
4. Minat Eksploratif

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif. Metode Analisis Deskriptif menurut **Sugiyono (2015:35)** yaitu:

"Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain."

Metode verifikatif menurut **Umi Narimawati (2010:29)** yaitu:

"Metode verifikatif yaitu memeriksa benar yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan."

Metode ini bertujuan untuk menguji secara matematis dugaan mengenai adanya hubungan antar variabel dari masalah yang sedang diselidiki di dalam hipotesis. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Penelitian ini menggunakan sampel data Harga, *Service Quality* dan Minat Beli Ulang pada PT. Telekomunikasi Selular (GraPARI Dago) Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh dari PT. Telekomunikasi Selular (GraPARI Dago) Kota Bandung. Total sampel sebanyak 97 responden. Rancangan analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Sementara uji hipotesis menggunakan uji T serta uji F dengan tingkat signifikansi 0,05. Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga, *Service Quality*, terhadap Minat Beli Ulang. Dalam perhitungannya, penulis menggunakan perhitungan komputerisasi yaitu dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows.*

Diperoleh nilai (a) konstanta sebesar 0.994 sementara untuk bX_1 sebesar 0.179, bX_2 sebesar 0.304, dengan

demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Nilai a, $b_{1, dan}$ b_2 dalam persamaan

$$\mathbf{Y= 0.994 + 0.179X_1+ 0.304X_2}$$

di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Dari persamaan linier berganda diatas dapat dilihat besarnya konstanta adalah 0.994 artinya jika Harga dan *Service Quality* bernilai 0, maka Minat Beli Ulang akan tetap bernilai 0.994.
- Koefisien Regresi Variabel Harga sebesar 0.179 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan Harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Minat Beli Ulang sebesar 0.179.
- Koefisien Regresi Variabel *Service Quality* sebesar 0.304 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan *Service Quality* sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Minat Beli Ulang sebesar 0.304.

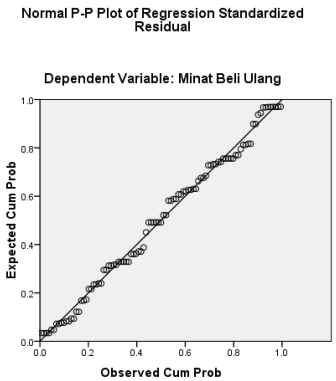
UJI ASUMSI KLASIK

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Mwnurut Husein Umar (2011:181) model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran asumsi normalitas data, dapat dilihat dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
b. Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari populasi adalah tidak normal.

Setelah menghitung normalitas dengan menggunakan software SPSS 17 *for windows* diperoleh didapatkan hasil Sig sebesar 0.914, hasil 0.914> 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

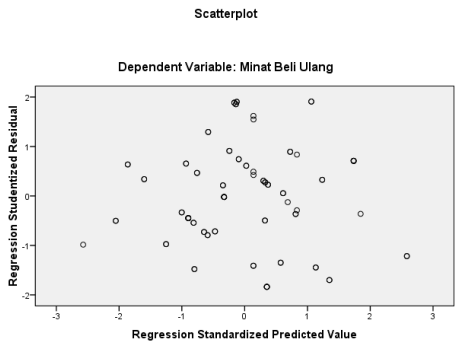
Selanjutnya dengan menggunakan grafik *normal probability plot* didapatkan hasil sebagai berikut:



Berdasarkan grafik *normal probability plot*, dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal karena data atau titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

Multikolinieritas berarti adanya hubungan yang kuat di antara beberapa atau semua variabel bebas pada model regresi.Jika terdapat Multikolinieritas maka koefisien regresi menjadi tidak tentu, tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan biasanya ditandai dengan nilai koefisien determinasi yang sangat besar, tetapi pada pengujian parsial koefisien regresi, tidak ada ataupun kalau ada sangat sedikit sekali koefisien regresi yang signifikan. Pada penelitian ini digunakan nilai sig. correlations> alpha (tingkat ketelitian = 5%) sebagai indikator ada tidaknya multikolinieritas diantara variabel bebas.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heteroskedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independen. Dari Gambar Scatterplots dibawah ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.



terlihat bahwa titik-titik yang diperoleh membentuk pola acak tidak beraturan serta menyebar diatas dan dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, sehingga dalam model regresi yang akan dibentuk tidak ditemukan adanya pelanggaran heteroskedastisitas, dengan kata varians residual bersifat homokedastisitas.

ANALISIS KORELASI

Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi *Pearson Product Moment*, berikut hasil analisis korelasi dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

ANALISIS KORELASI PARSIAL

Correlations

		Harga	Minat Beli Ulang
Harga	Pearson Correlation	1	.546**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	97	97
Minat Beli Ulang	Pearson Correlation	.546**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	97	97

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.546 berdasarkan kriteria (0.41–0.60), korelasi Harga dengan Minat Beli Ulang memiliki tingkat korelasi sedang. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

Correlations

		Kualitas Layanan	Minat Beli Ulang
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	1	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	97	97
Minat Beli Ulang	Pearson Correlation	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	97	97

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.725 berdasarkan kriteria korelasi (0.61–0.80) *Service Quality* dengan Minat Beli Ulang memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

ANALISIS KORELASI SIMULTAN

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745[a]	.555	.546	1.22740

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.745 berdasarkan kriteria (0.61 – 0.80), korelasi Harga dan *Service Quality* dengan Minat Beli Ulang memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

KOEFISIEN DETERMINASI (KOEFISIEN DETERMINASI ANTARA HARGA DAN SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745[a]	.555	.546	1.22740

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.555 atau 55.5% hasil tersebut merupakan besarnya konstribusi dari Harga dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang sedangkan sisanya sebesar 44.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini contohnya adalah kualitas produk, *brand image* dan lain sebagainya.

KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations		
		Beta	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)				
	Harga	.351	.639	.351	.273
	Kualitas layanan	1.031	.321	.345	.296

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus beta x zero order:

1. Harga (X1) = 0.351 x 0.639 = 0.224 atau 22.4%
2. Kualitas layanan (X2) = 1.031 x 0.321 = 0.331 atau 33.1%

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan terhadap Minat Beli Ulang adalah Kualitas layanan sebesar 33.1%, sementara pengaruh selanjutnya adalah Harga sebesar 22.4%.

PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

   Harga Terhadap Minat Beli Ulang

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.994	.782		1.271	.207
	Harga	.179	.071	.351	2.509	.014
	Kualitas Layanan	.304	.041	1.031	7.363	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Dari output tabel diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Pengaruh Harga (X_1) sebesar 2.509, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α ; n-k-1) = 0.05 ; 97 – 2 – 1 = (0.05 ; 94) yaitu 1.665, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2.509>1.665) dan sig (0.014< 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif antara Harga terhadap Minat Beli Ulang di GraPARI Dago Kota Bandung.

Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.994	.782		1.271	.207
	Harga	.179	.071	.351	2.509	.014
	Kualitas Layanan	.304	.041	1.031	7.363	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Dari output table diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel *Service Quality* (X_2) sebesar 7.363, menggunakan taraf signifikan sebesar

5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α ; n-k-1) = 0.05 ; 97 – 2 – 1 = (0.05 ; 17) yaitu 1.665, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (7.363>1.665) dan sig (0.000< 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif antara *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang di GraPARI Dago.

2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)
   Harga dan *Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.729	2	88.364	58.655	.000[a]
	Residual	141.612	94	1.507		
	Total	318.341	96			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Dari output table diatas didapatkan nilai f_{hitung}sebesar 58.655, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai f_{tabel} untukdf1 = k - 1 = 3 – 1 = 2 dan untuk df2 = n – k = 97 – 3 = 94 sehingga didapat f_{tabel} (2 ; 94) sebesar 3.09 dikarenakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ (58.655>3.09) dan sig (0.000 <0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif antara Harga dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang di GraPARI Dago.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh Harga dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang pada Pelanggan kartuHALO di Kota Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Harga yang didalamnya diukur melalui 4 indikator, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Indikator kesesuaian harga memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator kesesuaian harga dengan manfaat memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori cukup baik. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan harga masih perlu menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk menetapkan dengan tepat.
2. *Service Quality* yang ada di GraPARI Dago berada pada kategori baik, terdiri dari 5 indikator yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy*. Indikator *responsiveness* memperoleh persentase tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator *empathy* memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan *Service Quality* pegawai yang ada di GraPARI Dago sudah berjalan dengan cukup baik.
3. Secara keseluruhan variabel Minat Beli Ulang terdiri dari 3 indikator, yaitu minat referensial, minat preferensial, dan minat transaksional berada pada kategori baik. Indikator minat transaksional memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator minat referensial memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup

baik. Maka dari itu Minat Beli Ulang diharapkan bisa dipertahankan dan ditingkatkan kembali.

4. Secara parsial dan simultan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Harga dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang, hal ini ditunjukkan dengan adanya pengaruh yang positif dari Harga dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang pada pelanggan kartuHALO di GraPARI Dago.

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh Harga dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang pada pelanggan kartuHALO di GraPARI Dago, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Penerapan Harga masih berjalan cukup baik pada pelanggan kartuHALO di GraPARI Dago, namun adapun hal yang disarankan adalah diharapkan pihak perusahaan tetap mampu memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan kemampuan konsumen dan harga kartuHALO mampu bersaing dengan provider lain.
2. *Service Quality* yang terjadi pada pelanggan kartuHALO di GraPARI Dago sudah berjalan dengan cukup baik. Maka dari itu pihak perusahaan diharapkan lebih mampu untuk meningkatkan kualitas layanan agar kepuasan konsumen bisa meningkat dengan memberikan pelayanan yang ramah dan memberikan fasilitas yang nyaman untuk konsumen khususnya pada ketersedian alat-alat yang lebih modern seperti menambahkan fasilitas multimedia agar konsumen tidak merasa bosan saat menunggu dan saat melayani *Customer Service* lebih memperhatikan secara individual ke konsumen.
3. Minat Beli Ulang pada pelanggan kartuHALO di GraPARI Dago sudah berjalan baik. Oleh karena itu diharapkan bisa dipertahankan dan bisa dikembangkan kembali agar lebih meningkat dengan memperbanyak pilihan paket-paket data yang disediakan untuk mempermudah konsumen dalam memilih sesuai kebutuhannya agar konsumen dapat merekomendasikan kepada kerabat nya untuk menggunakan kartuHALO.
4. Pengaruh antara Harga dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang pada pelanggan kartuHALO di GraPARI Dago bisa dibilang baik, pada kondisi ini bisa di manfaatkan oleh perusahaan untuk dapat menyesuaikan harga untuk pasar yang lebih luas dan dengan meningkatkan *service quality* agar mencapai minat beli ulang yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2011.

Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial. Yogyakarta: Gava Media.

Ahmadi, Herman. 2013. ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG GAS ELPIJI 3 KG DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus: Pada PT Hero gas jaya Ponorogo). Ekomaks Volume 2 Nomor 1 Maret 2013.

Aliyyah, Dwi Apriyani dan Sunarti. 2017. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 51 No. 2 Oktober 2017

Andriadi, Akmal dan Nindria Untarini. 2013. PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TELKOM FLEXI TERHADAP NIAT BELI ULANG. Jurnal Ilmu Manajemen | Volume 1 Nomor 2 Maret 2013.

Ariyanti. 2016. PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN DISPLAY PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG (STUDI KASUS KONSUMEN SWALAYAN MITRA KARANGANYAR). Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar

Christoper Andretta Handono, Ronald, Amelia. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang pada Produk McDonald di Surabaya. Jurnal GEMA AKTUALITA, Vol. 4 No. 1, Juni 2015.

Dr. Cheng-Ping Li. 2017. Effects of Brand Image, Perceived Price, Perceived Quality, and Perceived Value on the Purchase Intention towards Sports and Tourism Products of the 2016 Taichung International Travel Fair. The Journal of International Management Studies, Volume 12 Number 2, August, 2017.

Dwitama, A. S. dan Edward Stephen Malonda. 2015. PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN D'STUPID BAKER SPAZIO GRAHA FAMILY SURABAYA. Jurnal Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.

Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti. 2013. ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang). Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro, Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-11, ISSN (Online): 2337-3792.

Faradisa, Isti, Leonardo Budi, dan Maria M. 2016. ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA INDONESIAN COFFEESHOP SEMARANG (ICOS CAFÉ). Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016.

Fakhru, M. Rizky dan Hanifa Yasin. 2014. PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PERUMAHAN OBAMA PT. NAILAH ADI KURNIA SEI MENCIRIM MEDAN. JURNAL MANAJEMEN & BISNIS VOL 14 NO. 02 OKTOBER 2014 ISSN 1693-7619.

Febrian Adiputro, Sutopo. 2016. Analisis Pengaruh Kepuasan dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang. Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro Volume 5 Nomor 1, Tahun 2016, Halaman 1-11, ISSN (Online): 2337-3792.

Hsu, Yi dan Huong Pham. 2015. Effects of Reference Pricing on Customer Purchasing Intention. International Review of Management and Business Research, Vol. 4 Issue.4.

Husein Umar, 2004, Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Cet ke 6, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis.* Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada

Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Joko, Rama Darmawan dan Budhi Satrio. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotek Takavi. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 8, Agustus 2017, ISSN: 2461-0593.

Kartika, R. Sari, Diah dan Sudaryanto. 2016. PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN SERTA KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DAN KEPUASAN PELANGGAN ONLINE SHOPPING PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 10, No. 2 Mei 2016, Hal. 115 – 126.

Kusdyah, Ike. 2012. PERSEPSI HARGA, PERSEPSI MEREK, PERSEPSI NILAI, DAN KEINGINAN PEMBELIAN ULANG JASA CLINIC KESEHATAN (STUDI KASUS ERHA CLINIC SURABAYA). Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1, April 2012, ISSN 1907-235X.

Lazuardi, Aditya Hadani. 2008. ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN

TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI EMPIRIS PADA PT. SRIWIJAYA AIR DISTRIK SEMARANG). Jurnal Bisnis STRATEGI Vol. 17 No. 2 Desember 2008.

Lestari, A. A. 2013. PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP *WORD OF MOUTH* DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI PADA PENGUNJUNG TIMEZONE PLAZA SURABAYA). Buletin Ekonomi Vol. 11, No. 1, April 2013 hal 1-86.

Mr. Abdulhakim Giuma M. dan Vincent Soltes. 2016. Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim). IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF) e-ISSN: 2321-5933, p-ISSN: 2321-5925.Volume 7, Issue 4. Ver. I (Jul. - Aug. 2016), PP 61-67.

Nilasari, Eswika dan Istiatin. 2015. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER PT. RAMAYANA MOTOR SUKOHARJO. Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015, ISSN: 1693-0827

Oktaviani, Nadya. 2015. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG (Studi pada Trans Retail Carrefour di Bandung). e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3 Desember 2015, Page 2419, ISSN : 2355-9357.

Panji, R. G. P dan Endang Setyowati. 2017. ANALISA PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER SIMPATI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA. Jurnal Ekonomi Manajemen, Hal 433 – 450, Volume 2, Nomor 2, Nopember 2017.

Paramitasari, Niken. 2016. ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DI BAGIAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA BANDAR LAMPUNG. Jurnal Manajemen Magister, Vol 02. No.01, Januari 2016.

Purnomo, Eko. 2016. Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). Pekanbaru: Universitas Pasir Pengaraian.

Resti, Devi dan Harry Soesanto. 2016. PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA RUMAH KECANTIKAN SIFRA DI PATI. Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro, Volume 5, Nomor 1, Tahun

2016, Halaman 1-12, ISSN (Online): 2337-3792.

Riyono dan Elik, G. Budiharja. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati*. Jurnal STIE Semarang, Vol. 8, No. 2, Edisi Juni 2016, ISSN: 2252-826.

Romal, A. Amrullah. 2016. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 7, Juli 2016, ISSN: 2461-0593.

Sholihatun, Athiyah Nisa. 2018. ANALISIS PENGARUH HARGA KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DALAM BERBELANJA ONLINE DI INSTAGRAM. Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sutisna, Bayu Aria Sejati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 3, Maret 2016, ISSN: 2461-0593.

Triastity, Rahayu, SL. Triyaningsih. 2013. PENGARUH *TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENES, ASSURANCE* DAN *EMPHATY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei Konsumen Rumah di CV Satria Graha Gedongan, Colomadu, Karanganyar). Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 13, No. 2, Oktober 2013: 151 – 157.

Umi Narimawati. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Agung Media.

Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasinya*. Bandung: Fakultas Ekonomi UNIKOM.

Umi, Narimawati, Linna, Ismawati & Sri Dewi, Anggadini. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Fakultas Ekonomi UNIKOM*. Bekasi: Genesis.

Sari, Rini Kartika, Yulisetiarini, Diah dan Sudaryanto. 2016. *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN*

SERTA KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DAN KEPUASAN PELANGGAN ONLINE SHOPPING PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 10, No. 2 Mei 2016 Hal. 115 – 12