

## Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Toko Roti GG Cabang Randublatung Blora

Rohmah Nurhidayah<sup>1</sup>, Dwi Prastiyo Hadi<sup>2</sup>, dan Novika Wahyuhastuti<sup>3</sup>  
[rohmanurhidayah01@gmail.com](mailto:rohmanurhidayah01@gmail.com), [dwikip58@gmail.com](mailto:dwikip58@gmail.com), [novikawidodo@gmail.com](mailto:novikawidodo@gmail.com)

Universitas PGRI Semarang

### Abstract

*The reason of research is to show whether there's a power among the variables of price and the quality of the product on consumer repurchase interest. This research type is quantitative. The population is human beings who've shopped at the GG Bakery Randublatung Blora District at the least two times, after which calculated the usage of the Riduwan and Akdon method with a total of 100 respondents as a pattern. This research makes use of a sampling method of purposive sampling. The analysis in this research used the IBM SPSS 22 application. The results show that 1) Partial research effects display that price has a high-quality and substantial impact on purchaser repurchase interest in the Randublatung Blora branch of the GG Bakery with the results of  $t_{count} 2.887 > t_{table} 1.66071$  with a importance degree of  $0.005 > 0.05$ . 2) The effects of the observe partly display that the quality of the product has a high-quality and significant impact on consumer repurchase interest on the GG Bakery, Randublatung Blora branch with the effects of  $t_{count} 6.534 > t_{table} 1.66071$  with a importance degree of  $0.005 > 0.05$ . 3) The studies results partially show that charge and the high-quality of the product have a tremendous and large impact on consumer repurchase hobby at the GG Bakery, Randublatung Blora branch with the results of  $F_{count} seventy 0.70 > F_{table} 3.09$  with a significance degree of  $0.005 > 0.05$ .*

**Keywords:** Price, Product Quality, Repurchase Interest

### Abstrak

Penelitian ini untuk memberikan terdapat tidaknya pengaruh antara variabel harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen. Jenis penelitian ini ialah kuantitatif. Populasinya yaitu masyarakat yang sudah pernah berbelanja di Toko Roti GG Kecamatan Randublatung Blora minimal 2kali, dan kemudian dihitung menggunakan rumus Riduwan dan Akdon dengan jumlah 100 responden menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling. Analisis dalam penelitian ini memakai bantuan program IBM SPSS 22. hasil menunjukkan bahwa 1) Secara parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Toko Roti GG cabang Randublatung Blora dengan hasil thitung  $2,887 > ttabel 1,66071$  menggunakan taraf signifikansi  $0,005 > 0,05$ . 2) Secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Toko Roti GG cabang Randublatung Blora dengan hasil thitung  $6,534 > ttabel 1,66071$  menggunakan taraf signifikansi  $0,005 > 0,05$ . 3) Secara bersamaan menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Toko Roti GG cabang Randublatung Blora dengan hasil Fhitung  $71,70 > Ftabel 3,09$  menggunakan taraf signifikansi  $0,005 > 0,05$ .

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang

## **PENDAHULUAN**

Di Indonesia globalisasi mengalami pertumbuhan yang sangat cepat yaitu dalam hal segala bidang, salah satunya ialah di bidang pemasaran. Tingginya tingkat persaingan pada dunia usaha atau pemasaran maka perusahaan harus bisa mencapai keunggulan dalam bersaing. Banyaknya perusahaan bermunculan dan berkembang di Indonesia (Faradisa et al, 2016). Persaingan antar perusahaan berdampak cukup ketat salah satunya yaitu perusahaan yang berdiri pada bidang kuliner. Bisnis bidang kuliner yang dilihat cukup menjanjikan ini sehingga banyak perusahaan yang menawarkan produknya yang menjadikan kebutuhan konsumsi manusia yaitu makanan (Hidayatullah et al, 2019).

Bertambahnya penduduk di Indonesia dari beberapa tahun ini yang tidak diimbangi dengan pembukaan dengan penambahan lapangan pekerjaan dapat menyebabkan persoalan dalam masyarakat yaitu bertambahnya pengangguran (Aufa, 2015). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran di Indonesia di bulan Agustus 2021 ialah sebanyak 9,10 juta penduduk, jumlah pengangguran menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu mencapai 9,77 juta penduduk. Akibatnya banyak masyarakat yang ingin mendirikan usaha sendiri dan yang banyak diminati masyarakat Indonesia adalah dengan memutuskan membuka sebuah usaha perseorangan atau kelompok yang semata-mata bertujuan untuk mendapatkan penghasilan.

Di Kecamatan Randublatung terdapat 77.692 jiwa dengan jumlah laki-laki 38.722 jiwa dan perempuan 38.927 jiwa. Hasil pada pra-penelitian dengan beberapa responden di Kecamatan Randublatung Kabupaten Blora yang berlatarbelakang sudah pernah melakukan pembelian minimal dua kali di Toko Roti GG.

Harga yaitu penetapan nilai dalam suatu produk. Apabila harga yang ditawarkan oleh perusahaan semakin ekonomis, dan dipadukan pada kualitas produk yang memuaskan maka, konsumen akan tertarik dan merasakan kepuasan dan akan melakukan kegiatan pembelian ulang (Keloay et al, 2019). Harga terbentuk dan disepakati oleh pembeli dan penjual dalam transaksi tawar-menawar. Jika kinerja produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan akibatnya konsumen akan merasakan kepuasan (Wijaya, 2017). Harga sangat berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, karena akan mejadi pondasi yang sangat kuat mengenai laku tidaknya produk yang akan dijual dalam perusahaan (Wardani, 2015).

Kualitas produk yaitu suatu keadaan yang mempunyai hubungan penting dengan produk yang berdampak untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen (Keloay et al, 2019). Kualitas produk perlu diperhatikan melalui berbagai sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk, akibatnya selera konsumen bisa berpengaruh. Seebagai akibatnya, dalam mengelola kualitas produk harus dapat disesuaikan dengan kegunaan dan manfaat yang diinginkan serta yang diperlukan oleh konsumen.

Minat beli ulang yaitu suatu aktivitas dimana konsumen menerima barang yang diinginkan dan diharapkan yang dibeli dari suatu perusahaan. Minat konsumen dapat muncul akibat adanya suatu keinginan baik secara eksternal maupun internal (Jiwandono et al, 2019). Pengaruh minat beli ulang dalam berbelanja terdapat beberapa factor diantaranya lokasi yang strategis, kualitas produk, kelengkapan produk, pelayanan harga dan kenyamanan (Rosita, 2016). Ketika dalam menentukan harga jual produk harus diperhatikan oleh perusahaan agar tujuan dalam perusahaan bisa tercapai, karena hal ini mempunyai hubungan dengan naik turunnya volume penjualan yang sapat berpengaruh terhadap laba perusahaan.

Toko Roti GG ini merupakan toko yang menjual berbagai jenis roti, banyaknya bisnis roti membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat, yang memberikan dampak pada peningkatan kualitas produk dengan harga terjangkau agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang. Konsumen bukan hanya menilai sebuah jasa atau produk berdasarkan kualitas, fungsi yang diberikan, dan manfaat harga, tetapi mereka konsumen juga menginginkan komunikasi dan kegiatan pemasaran yang baik dan sesuai dengan gaya hidup dan keinginan mereka dalam berbelanja di Toko Roti GG.

Penelitian sebelumnya telah meneliti terdapat beberapa faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen salah satunya adalah factor harga dan kualitas produk yang diberikan, tetapi terdapat hasil temuan yang berbeda antara penelitian Mawarsari, (2018) tentang variabel harga yang berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang. Oleh karenanya, penelitian berikut bertujuan untuk menguji apakah harga dan kualitas produk mengenai adakah pengaruh minat beli ulang. Dengan ini perlu ditindak lanjuti dengan meneliti mengenai “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Toko Roti GG cabang Randublatung Blora”

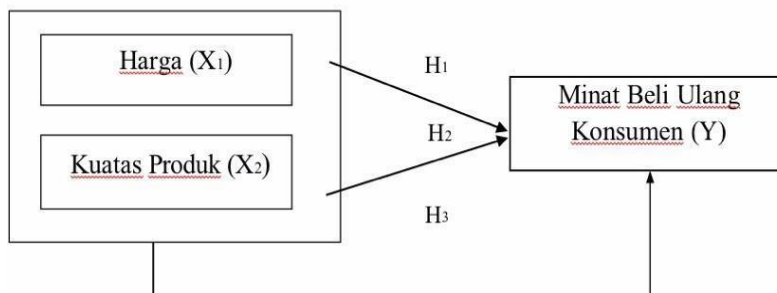
## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan populasi yang tidak diketahui jumlahnya yaitu seseorang yang sudah pernah berbelanja minimal dua kali di Toko Roti GG. Besar sampel untuk survey ini adalah 100 responden yang kemudian diolah datanya dengan bantuan menggunakan IBM SPSS. Pendekatan yang digunakan asosiatif kausal yang bertujuan untuk menentukan adanya pengaruh atau tidaknya antara variabel harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen. Metode yang digunakan dalam pengambilan data menggunakan metode Non Probability Sampling dengan teknik Purposive Sampling. Sumber yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan data primer. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer, kemudian data

diisi langsung oleh responden melalui angket atau kuesioner melalui google form. Pengukuran variabel menggunakan skala likert yang memiliki 4 (empat) skala.

**Gambar 1**

**Kerangka Berfikir**



Sumber: Data diolah (2022)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.205	3.156		2.917	.004
	Harga	.228	.079	.254	2.877	.005
	Kualitas Produk	.270	.041	.577	6.534	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang Konsumen

Sumber: Data diolah (2022)

**1.) Pengaruh Harga (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Y)**

Sesuai hasil uji t pada variabel harga diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} 2,887 > t_{tabel} 1,66072$  serta nilai signifikansinya dari variabel harga sebanyak  $0,005 > probabilitas 0,05$ . Simpulan uji tersebut menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak serta  $H_1$  diterima, hal ini berarti bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Toko Roti GG cabang Randublatung Blora.

Setelah uji yang dilakukan, Hipotesis yang diajukan dalam penelitian dapat diterima karena berpengaruh positif dan signifikan harga terhadap minat beli ulang. Artinya, semakin

terjangkau harga yang ditawarkan dan diterima oleh konsumen maka bisa meningkatkan

minat beli ulangnya, begitupun sebaliknya bila intensitas harga yang diberikan terlalu mahal, maka akan menurunkan minat beli ulang konsumennya. Sehingga disimpulkan bahwa ada pengaruh antara harga terhadap minat beli ulang konsumen.

Didukung menggunakan penelitian dari ( Mawarsari, 2018) bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel minat beli ulang konsumen sebesar 3,355. Qudus dan Amelia (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen sebesar 50,8%. Sehingga penting sekali bagi pelaku usaha dalam mempertimbangkan harga barang ataupun jasa.

Hasil penelitian berikut bisa disimpulkan bahwa variabel harga adalah salah satu faktor yang bisa berpengaruh terhadap variabel minat beli ulang konsumen dan dari hasil penelitian yang dilakukan pada masyarakat Kecamatan Randublatung Kabupaten Blora, semakin menarik harga yang diberikan, harga terjangkau, dan semakin banyak harga diskon yang ditawarkan sehingga masyarakat tertarik maka dapat menaikkan perilaku minat beli ulang konsumen. Kondisi seperti ini bisa juga menyesuaikan kebutuhan masyarakat yang stabilitas ekonominya rendah ataupun menengah.

## **2.) Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y)**

Sesuai hasil uji t pada variabel kualitas produk diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} 5,534 > t_{tabel} 1,66071$  serta nilai signifikansi dari variabel iklan sebanyak  $0,000 > probabilitas 0,05$ . Simpulan uji tersebut menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Toko Roti GG cabang Randublatung Blora.

Setelah uji yang dilakukan, Hipotesis yang diajukan dalam penelitian dapat diterima karena berpengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap minat beli ulang. Artinya apabila semakin tinggi kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen maka akan meningkatkan minat beli ulang konsumennya. Dan begitupun sebaliknya, apabila semakin rendah tingkat kualitas produk yang diberikan kepada konsumen maka akan berdampak pada penurunan minat beli ulang konsumennya.

Didukung dengan penelitian dari Jiwandono, dkk, (2019) terdapat hubungan secara simultan terhadap minat beli ulang konsumen. Sari & Hariyana (2019) hasil penelitian berikut menjelaskan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel minat pembelian ulang dengan arah hubungan positif.

Dari hasil penelitian berikut bisa disimpulkan, kualitas produk adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen dan dari hasil penelitian yang

dilakukan pada masyarakat Kecamatan Randublatung Kabupaten Blora, sangat perlu bagi sebuah usaha untuk memperhatikan kualitas produknya karena kualitas produk yang cukup rendah bisa berpengaruh terhadap menurunnya minat beli ulang konsumen sehingga dapat berdampak terhadap pendapatan yang diterima oleh suatu perusahaan, begitupun sebaliknya dan apabila kualitas produknya baik maka akan berdampak positif pada masyarakat dalam melakukan pembelian ulang.

### **3.) Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y)**

Sesuai hasil uji dari seluruh variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dalam penelitian ini dilakukan dengan uji F, uji statistik F menyatakan semua variabel X berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y. Berdasarkan uji atau biasa disebut hipotesis bahwa variabel harga dan variabel kualitas produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Toko Roti GG cabang Randublatung Blora. Bisa dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  71,700 dan  $F_{tabel}$  3,09 dan nilai signifikansinya  $0,000 < \text{nilai taraf signifikansinya } 0,05$ .

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berikut merupakan hasil dari penelitian: 1) Hasil penelitian membuktikan secara parsial bahwa variabel harga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Toko Roti GG Cabang Randublatung Kabupaten Blora.. 2) Hasil penelitian membuktikan secara parsial bahwa variabel kualitas produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Toko Roti GG Cabang Randublatung Kabupaten Blora. 3) Hasil penelitian membuktikan secara parsial bahwa variabel harga dan kualitas produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Toko Roti GG Cabang Randublatung Kabupaten Blora

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan perusahaan harus lebih memperhatikan dan mempertimbangkan kesesuaian harga produk dan kualitas produk dengan baik. Misalnya dengan melakukan survey harga pasar supaya dalam penentuan harga produk dalam perusahaan tidak terlalu tinggi ataupun rendah, meningkatkan inovasi dan kreatifitas dengan membuat menu baru, serta

memperhatikan penampilan produk yang dijual serta menjaga kualitas produk supaya selalu diminati mereka para konsumen dalam melakukan pembelian ulang dalam suatu perusahaan. Bagi peneliti selanjutnya penambahan variabel lain dapat digunakan untuk mengetahui faktor lainnya. Serta disarankan untuk memperluas penelitian agar hasilnya dapat menggeneralisasikan mengenai faktor penyebab minat beli ulang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri, S., Tumbel, A. L., & Roring, F. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada MatahariDepartement Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1781–1792.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Volume 4, 1–15.
- Arikunto, P. D. S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian Dan Penilaian Program* (1st ed.). Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Artana, I. N. J., Suardhika, I. N., & Hendrawan, I. G. Y. (2021). Penerapan E-Commerce, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dalam Menentukan Customer Retention Di Pizza Hut Delivery Pada Kawasan Kota Denpasar. *Emas*, 2(2), 119–134.
- Bahar, A., & Sjharuddin, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Danmanajemen Volume*, 3(9), 14–34.
- Bulan, T. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(2), 592–602.
- Bungin, S.Sos., M.Si., P. D. H. M. B. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (1st ed.). Jakarta : Kencana.
- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafe)”. *Journal of Management*, 2(2), 1–13.
- Fiona, D. R. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopaydi Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Universitas Diponegoro.



- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi pada Pasar Grosir Sentono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31.
- Hidayatullah, A. S., Ginting, B., & H, Y. H. (2019). Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Kuliner Toge Goreng Ibu Hj. Omah Kota Bogor. *Manajemen*, X, 1–15.
- Huda, N., & Nurchayati. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Yamaha NMAX Di Semarang Selatan. *Serat Acitya - Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1), 130.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82-97.
- Istanti, E., Kusumo, B., & Novianari, I. (2020). *Implementasi Harga, Kualitas Pelayanan An Pembelian Berulang Paa Penjualan Produk Gamis AfifathiN*. 1–10.
- Izza, N., Maduwinarti, A., & Mulyati, A. (2021). Pengaruh tagline dan brand ambassador terhadap pembelian implusif konsumen neo coffee. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 7(2)
- Jiwandono, A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada warung bakso tiara kediri. *Jurnal Riset Manajemen Riset Manajemen*, 8(9), 82–94.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 26.
- Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6476–6489.
- Mawarsari, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica Di Daerah Wonosobo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 10(2), 9–12.
- Nisa, athiyah S. (2018). Analisis Pengaruh Harga Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dalam Berbelanja Online Di Instagram (Studi Empiris Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *World Development*, 1(1), 1–15.
- Prasetya, A., Ihsani, R. K., & Pribadi, M. L. (2020). The Big Five Personality dengan

Minat Beli Gamis pada Mahasiswi yang dimoderatori oleh Persepsi terhadap Kualitas Produk. *Psyche 165 Journal*, 13(1), 107–113.

- Rahmi, R. (2016). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, Dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1(2), 98–103.
- Ramdhani, E., & Wiyaasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang Smartphone OPPO. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 27–39.
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'licious) Ellysa. *Operations & Supply Management*, 12th Edition, 2(1), 51–60.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2)
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoenng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (27th ed.). ALFABETA.
- Wardani, H. S. (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang. *Undergraduate (S1) thesis, UIN Walisongo*.
- Qudus, M. R. N., & Amelia, N. S. (2022). The Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang Dava. *International Journal Administration Business & Organization*, 3(2), 20-31.
- Wardhani, M. K. (2020). Persepsi dan Kesiapan Mengajar Mahasiswa Guru Terhadap Anak Berkebutuhan Khusus dalam Konteks Sekolah Inklusi. *Pendidikan Dan Kebudayaan*, 152–161.
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA Vol. 5, No. 1, (2017)*, 5(1), 1–8.
- Zan Denniar Aufa dan, & Kamal, M. (2015). *Analisis Pengaruh Ragam Menu , Persepsi Harga , Ambarawa*. 4, 1–10.