

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG BUAH LOKAL DI PASAR BUAH PEKANBARU

Vera Meliana L Silaban<sup>1</sup>, Amalia<sup>2</sup>, Khairunnas<sup>3</sup>

(Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lancang Kuning)

alamat, telp/fax

(Jl. Yos Sudarso KM. 8 Rumbai, Pekanbaru, Riau)

### INFO ARTIKEL

#### Histori Artikel

**Diajukan:**

**Diterima:**

**Tersedia Online:**

Kata Kunci: Minat beli ulang, Kualitas produk, Kualitas Layanan, Harga, Regresi Linear berganda

DOI:

#### ABSTRAK

Buah lokal merupakan produk hortikultura yang memiliki potensi yang cukup bagus, diantaranya seperti buah alpukat, jeruk, mangga, pisang, semangka, nenas dan lain-lain. Buah lokal juga banyak digemari oleh masyarakat karena memiliki harga terjangkau dan kualitas yang tidak kalah dengan buah impor. Buah lokal banyak dijual di pasar modern maupun pasar tradisional. Ketersediaan buah-buahan segar dari sumber lokal meningkatkan aksesibilitas masyarakat akan nutrisi esensial seperti vitamin C, serat, serta mineral lainnya.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap minat beli ulang buah lokal dipasar buah Pekanbaru. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari-April 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli buah lokal dipasar buah Pekanbaru. Sedangkan sampel diambil secara *Accidental sampling* jadi jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dibantu alat analisis yang digunakan adalah *Software SPSS versi 26*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas layanan dan harga mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang sebesar  $64,468 > 2,70$  dengan koefisien determinasi yakni sebesar 67,8% sedangkan 32,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisa dalam penelitian ini.

## I. PENDAHULUAN

Buah lokal merupakan produk hortikultura yang memiliki potensi yang cukup bagus, diantaranya seperti buah alpukat, jeruk, mangga, pisang, semangka, nenas dan lain- lain. Buah lokal juga banyak digemari oleh masyarakat karena memiliki harga terjangkau dan kualitas yang tidak kalah dengan buah impor. Buah lokal banyak dijual di pasar modern maupun pasar tradisional. Pasar merupakan salah satu komponen penting dalam pembentukan komoditas seperti distribusi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Faktor utama yang dapat dilihat oleh konsumen yaitu cita rasa atau kualitas produk, selanjutnya bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen pada saat membeli produk dipasar, kemudian harga yang diberikan. Kualitas produk adalah suatu kondisi dari suatu barang berdasarkan pada penilaian dan kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan.

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk kegiatan yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan. Minat beli dipengaruhi oleh keputusan konsumen, dimana keputusan konsumen yang tinggi dapat mengakibatkan tingkat penjualan yang meningkat sehingga pasar buah Pekanbaru memperoleh keuntungan atau laba yang tinggi.

## II. METODE

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Buah Pekanbaru yang terletak di Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru pada bulan Februari- April 2025.

### Populasi dan Sampel

Teknik yang dilakukan dalam pengambilan sampel adalah dengan cara *accidental Sampling*. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui, jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Lemeshow* (1997), sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \times 0,5(0,5)}{0,01}$$
$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$
$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$
$$n = 96,04$$

### Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi 50% = 0,5

d = Sampling eror atau alpha (0,1)

Jadi dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan sampel sebesar 96 responden.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan terdiri dari data primer dan data sekunder.

### Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan *software SPSS For Windows versi 26*. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis regresi linear berganda

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen

#### Uji Validitas

Uji validitas adalah mengukur sejauh mana data yang dikumpulkan valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

Kriteria pengujiannya antara lain :

- H0 diterima apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (alat ukur yang digunakan valid atau sah)
- H0 ditolak apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah)
- Tingkat signifikansi yang digunakan adalah kurang dari 0,05

**Tabel 1 Uji validitas**

Variabel	Indikator	R <sub>Hitung</sub>	R <sub>Tabel</sub>	Signifikan	Keterangan
Kualitas Produk	Kesesuaian	0,676	0,199	0,000	Valid
	Estetika	0,715	0,199	0,000	Valid
	Keandalan	0,720	0,199	0,000	Valid
	Fitur	0,708	0,199	0,000	Valid
	Daya tahan	0,681	0,199	0,000	Valid
Kualitas Layanan	Bukti langsung	0,714	0,199	0,000	Valid
	Keandalan	0,771	0,199	0,000	Valid
	Daya tanggap	0,696	0,199	0,000	Valid
	Empati	0,738	0,199	0,000	Valid
Harga	Jaminan	0,694	0,199	0,000	Valid
	Keterjangkauan harga	0,729	0,199	0,000	Valid
	Kesesuaian harga dengan kualitas	0,769	0,199	0,000	Valid
	Kesesuaian harga dengan manfaat	0,753	0,199	0,000	Valid
	Harga sesuai kemampuan	0,764	0,199	0,000	Valid
Minat Beli	Minat transaksional	0,770	0,199	0,000	Valid
	Minat referensial	0,729	0,199	0,000	Valid
Ulang	Minat preferensial	0,719	0,199	0,000	Valid
	Minat eksploratif	0,752	0,199	0,000	Valid

### Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Adapun pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas dikatakan reliable jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Sedangkan jika lebih kecil dari 0,60 maka variabel tidak layak digunakan (tidak reliabel).

**Tabel 2 Uji Reabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Kualitas produk	,740	5
2	Kualitas layanan	,771	5
3	Harga	,746	4
4	Minat beli ulang	,728	4

**Uji asumsi klasik**

**Uji normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Menurut (Ghozali 2021), model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau penyebab data statistik pada sumbu diagonal pada grafik distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji kolmogrov-smirov.

**Tabel 3 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.01359573
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.067
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**Uji multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya kolerasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antara variabel bebas. Dimana kriterianya yaitu bahwa nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka data tersebut lulus uji multikolinearitas atau tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4 Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Kualitas produk	.276	3.627
	Kualitas layanan	.278	3.592
	Harga	.646	1.548

- a. Dependent Variable: Minat beli ulang

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai tolerance variabel Kualitas produk (X1) sebesar 0,276 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 3,627 < 10 artinya bahwa variabel kualitas produk (X1) tidak terjadi multikolinearitas.
2. Nilai tolerance variabel kualitas layanan (X2) sebesar 0,278 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 3,592 < 10 artinya bahwa variabel kualitas layanan (X2) tidak terjadi multikolinearitas.
3. Nilai tolerance harga (X3) sebesar 0,646 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,548 < 10 artinya bahwa variabel harga tidak terjadi multikolinearitas.

Dapat disimpulkan bahwa setiap variabel yang terdapat pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas karena nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10.

### Uji heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Adapun dasar pengambilan keputusannya dari uji glejser yang menggunakan *absolute residual* adalah jika nilai signifikansinya lebih dari (>0,05) maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi begitu juga sebaliknya jika nilai sig <0,05 maka terjadi gejala heterokedastisitas.

**Tabel 5 Uji Heterokedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.769	.749		5.035	.000
	Kualitas produk	-.095	.070	-.258	-1.358	.178
	Kualitas layanan	.022	.066	.063	.332	.740
	Harga	-.051	.054	-.116	-.937	.351

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada tabel signifikansinya dimana nilai signifikan pada tiap variabel independennya 0,178 pada kualitas produk, 0,740 untuk variabel kualitas layanan, 0,351 untuk variabel harga. Ketiga variabel independen tersebut menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) lebih dari (> 0,05). Maka variabel-variabel tersebut tidak menunjukkan adanya gejala heterokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

### Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah model regresi linier dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas (Sudariana & Yoedani, 2022). Analisis regresi linier berganda juga dikenal sebagai *multiple linear regression*, digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh dua variabel bebas (variabel X) atau lebih terhadap satu variabel terikat (variabel dependen atau Y).

**Tabel 6 Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	5.285	1.451		3.642	.000
Kualitas produk	.244	.117	.288	2.091	.039
Kualitas layanan	-.129	.109	-.150	-1.183	.240
Harga	.471	.102	.472	4.607	.000

a. Dependent Variable: Minat beli ulang

Adapun persamaan regresi yang diperoleh :

$$Y = 5,285 + 0,244X1 - 0,129X2 + 0,471X3 + e$$

Keterangan :

- Y = Minat Beli Ulang
- X1 = Kualitas Produk
- X2 = Kualitas Layanan
- X3 = Harga
- a = Nilai Konstanta
- b1,b2, b3 = Nilai Koefisien Regresi
- e = Kesalahan (error)

Berdasarkan persamaan regresi linier diatas dapat dijelaskan bahwa :

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 5,285 maka bisa diartikan jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 5,285.
- Nilai koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk (X1) bernilai positif (+) sebesar 0,244 maka bisa diartikan bahwa jika Variabel Kualitas Produk (X1) meningkat maka Variabel Minat Beli Ulang (Y) juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- Nilai koefisien Regresi Variabel Kualitas Layanan (X2) bernilai negatif (-) sebesar -0,129 maka bisa diartikan bahwa jika Variabel Kualitas Layanan (X2) meningkat maka Variabel Minat Beli Ulang (Y) akan menurun, begitu juga sebaliknya.
- Nilai koefisien Regresi Variabel Harga (X3) bernilai positif (+) sebesar 0,471 maka bisa diartikan bahwa jika Variabel Harga (X3) meningkat maka Variabel Minat Beli Ulang (Y) juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

**Pengujian Hipotesis**

**Uji determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji determinasi adalah suatu uji statistic yang digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen(variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas).

**Tabel 7 Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 <sup>a</sup>	.678	.667	1.02308

Predictors: (Constant), Harga, Kualitas layanan, Kualitas produk

Dependent Variable: Minat beli ulang

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa nilai R Square sebesar 0,678 atau 67,8%. Nilai determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk(X1), kualitas layanan (X2), dan Harga (X3) mampu menjelaskan variabel minat beli ulang (Y) sebesar 67,8% sedangkan sisanya 32,2 % dijelaskan oleh variabel lain.

**Uji Simultan (F)**

Jika nilai F hitung > F tabel atau sig < α maka H0 ditolak dan Ha diterima

Jika nilai F hitung < F tabel atau sig > α maka Ha diterima dan H0 ditolak

**Tabel 8 Uji Simultan(f)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	202.436	3	67.479	64.468	.000 <sup>b</sup>
	Residual	96.296	92	1.047		
	Total	298.732	95			

a. Dependent Variable: Minat beli ulang

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas layanan, Kualitas produk

Dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 64,468 > nilai F tabel yaitu 2,70 dan nilai sig yaitu 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel kualitas produk, kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel minat beli ulang.

**Uji Parsial (T)**

Uji T digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t pada dasarnya penjelasan atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai t-tabel dengan tingkat kepercayaan 95% (α = 0,05) yaitu dengan nilai t-tabel sebesar 1,662.

- Jika nilai t hitung > t tabel atau sig < α maka H0 ditolak dan Ha diterima
- Jika nilai t hitung < t tabel atau sig > α maka Ha ditolak dan H0 diterima

**Tabel 9 Uji Parsial (T)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	5.285	1.451		3.642	.000
Kualitas produk	.244	.117	.288	2.091	.039
Kualitas layanan	-.129	.109	-.150	-1.183	.240
Harga	.471	.102	.472	4.607	.000

a. Dependent Variable: Minat beli ulang

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial adalah :

1. Nilai t hitung variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 2,091 > nilai t tabel yaitu 1,662 dan nilai sig. yaitu 0,039 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. Artinya setiap kenaikan kualitas produk sebesar 1% maka akan meningkatkan minat beli ulang konsumen terhadap buah lokal sebesar 0,244.

2. Nilai  $t$  hitung variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) sebesar  $-1,183 < \text{nilai } t \text{ tabel yaitu } 1,662$  dan nilai  $\text{sig. yaitu } 0,240 > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang.
3. Nilai  $t$  hitung variabel Harga ( $X_3$ ) sebesar  $4,607 > \text{nilai } t \text{ tabel yaitu } 1,662$  dan nilai  $\text{sig. yaitu } 0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel harga berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. Artinya setiap kenaikan harga sebesar 1% maka akan meningkatkan minat beli ulang konsumen terhadap buah lokal sebesar 0,471.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Buah Lokal di Pasar Buah Pekanbaru**

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang buah lokal di Pasar Buah Pekanbaru. Hal ini dibuktikan oleh nilai  $t$ -hitung sebesar 2,091 yang lebih besar dari  $t$ -tabel sebesar 1,662, dengan koefisien regresi sebesar 0,244 dan nilai signifikansi  $0,039 < 0,05$ . Berdasarkan hasil hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Artinya, semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk melakukan pembelian ulang terhadap buah lokal yang tersedia di pasar tersebut.

Interpretasi koefisien regresi sebesar 0,244 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat beli ulang sebesar 0,244 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini mencerminkan peran penting kualitas produk dalam mendorong minat beli ulang konsumen.

#### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Buah Lokal di Pasar Buah Pekanbaru**

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang buah lokal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t$ -hitung sebesar  $-1,183$  yang lebih kecil dari  $t$ -tabel sebesar 1,662, dengan nilai pengaruh sebesar 0,129 dan signifikansi sebesar 0,240 (lebih besar dari 0,05). Dengan demikian, secara statistik, kualitas layanan tidak memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang buah lokal di pasar buah Pekanbaru.

Berdasarkan pengamatan peneliti, sistem pelayanan di pasar buah Pekanbaru cenderung bersifat *self-service*, di mana pembeli diberikan keleluasaan untuk memilih dan menelusuri buah secara mandiri tanpa pendampingan langsung dari petugas pasar. Interaksi antara pembeli dan petugas hanya terjadi pada tahap akhir transaksi seperti penimbangan, pengepakan, dan pembayaran. Sistem ini dinilai oleh sebagian konsumen sebagai bentuk efisiensi yang justru meningkatkan kenyamanan berbelanja, karena menghindari tekanan atau ketidaknyamanan akibat pengawasan berlebih dari pelayan.

#### **Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang Buah Lokal di Pasar Buah Pekanbaru**

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang buah lokal di Pasar Buah Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t$ -hitung sebesar 4,607, yang lebih besar dari  $t$ -tabel sebesar 1,662, dengan koefisien regresi sebesar 0,471 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil ini, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang berarti semakin baik persepsi konsumen terhadap harga buah lokal, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk melakukan pembelian ulang.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan :

a) Kualitas produk (X1)

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang buah lokal di Pasar Buah Pekanbaru. Hal ini dibuktikan oleh nilai *t-hitung* sebesar 2,091 yang lebih besar dari *t-tabel* sebesar 1,662, dengan koefisien regresi sebesar 0,244 dan nilai signifikansi  $0,039 < 0,05$ . Berdasarkan hasil hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Artinya, semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk melakukan pembelian ulang terhadap buah lokal yang tersedia di pasar tersebut. Interpretasi koefisien regresi sebesar 0,244 menunjukkan bahwa setiap peningkatan skor persepsi kualitas produk sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat beli ulang sebesar 0,244 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

b) Harga (X3)

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang buah lokal di Pasar Buah Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *t-hitung* sebesar 4,607, yang lebih besar dari *t-tabel* sebesar 1,662, dengan koefisien regresi sebesar 0,471 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil ini, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang berarti semakin baik persepsi konsumen terhadap harga buah lokal, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk melakukan pembelian ulang. Interpretasi koefisien regresi sebesar 0,471 menunjukkan bahwa setiap peningkatan skor persepsi harga sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat beli ulang sebesar 0,471 satuan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi. *FT Raja Grafindo Persada*, 9(2).
- Ayunita, D. (2018). Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. *Statistika Terapan, October*, 1. [https://www.researchgate.net/publication/328600462\\_Modul\\_Uji\\_Validitas\\_dan\\_Reliabilitas](https://www.researchgate.net/publication/328600462_Modul_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas)
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal EMBA*, 4(1), 109-119. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11568>
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 36–51. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9814>
- Hardiana, R., & Kayadoe, F. (2022). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Starbucks Bekasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 21–30.
- Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggaraong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1), 29–39. <https://doi.org/10.53640/jemi.v20i1.771>
- Sarifudin, T, Marwana, A. R. A. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lipstik Maybelline (Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Palu). *Jurnal Kolaboratif SAINS*, 7(1), 526–532.

- <https://doi.org/10.56338/jks.v7i1.4921>
- Sidik Ramdhan, M., Permata Rahmi, P., & Herlinawati, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kerupuk Rambak Nsr Bandung. *Judicious Journal Of Management*, 04(01), 111–121. <https://doi.org/10.37010/jdc.v4i1>
- Sudarijati, Andari, T. T., & Rosyada, R. (2020). Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Sate Maranggi Sn4444 Tajur Bogor). *Jurnal Visionida*, 6(2), 52. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3503>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.2307/1251929>