

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan ini ditulis oleh peneliti berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan dan juga merupakan jawaban dari rumusan masalah yang dirancang oleh peneliti sebagai berikut:

5.1.1 Kesimpulan Persepsi Konsumen atas Harga Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung

Penilaian responden mengenai Persepsi Harga (X_1) Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung secara keseluruhan dapat dikatakan buruk. Hal tersebut dikarenakan responden merasa jika harga yang ditawarkan oleh Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung belum sesuai dengan kualitas makanan dan kualitas pelayanan yang diberikan dan juga dari segi kuantitas makanan yang diberikan tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan sehingga responden melakukan pertimbangan kembali untuk kembali mengunjungi Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.

5.1.2 Kesimpulan Persepsi Konsumen atas Kualitas Makanan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung

Penilaian responden mengenai Kualitas Makanan (X_2) Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung secara keseluruhan dapat dikatakan buruk. Para responden menyatakan bahwa kualitas makanan yang diberikan oleh Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung tidak sesuai dengan ekspektasi dan juga selera yang mereka miliki. Mayoritas menjawab bahwa mereka bisa merasakan jika bahan - bahan yang digunakan memiliki kualitas yang buruk sehingga menciptakan rasa secara keseluruhan yang kurang baik dan kualitas makanan yang terus menurun dan juga rasa yang diberikan tidak konsisten kerap kali berubah - ubah dari waktu ke waktu.

5.1.3 Kesimpulan Persepsi Konsumen atas Kualitas Pelayanan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung

Penilaian responden mengenai Kualitas Pelayanan (X_3) Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung secara keseluruhan dapat dikatakan buruk. Para responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Sate Taichan Goreng

Tamansari Bandung tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Hal tersebut dikarenakan dari faktor area tempat makan dan fasilitas umum yang disediakan kotor dan tidak benar - benar terurus serta pelayanan yang diberikan oleh para karyawan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung yang kurang baik seperti lamanya penyajian serta pelayanan dan karyawan tidak peka dalam keinginan konsumen sehingga hal tersebut menimbulkan ketidaknyamanan para konsumennya.

5.1.3 Niat Beli Ulang Konsumen Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung

Berdasarkan hasil olah data juga didapatkan adanya niat beli ulang pada Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung yang rendah. Hal tersebut dikarenakan para responden mayoritas menjawab jika mereka tidak memiliki keinginan untuk melakukan pembelian produk Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung baik dalam waktu dekat maupun waktu yang akan datang dan juga para responden tidak memilih Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung sebagai pilihan pertamanya jika sedang ingin mengkonsumsi sate taichan.

5.1.4 Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Sate Taichan Goreng Bandung

Dalam penelitian ini dari tiga variabel terdapat dua variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang yaitu Kualitas Makanan (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3). Hal tersebut dikarenakan pada variabel Kualitas Makanan nilai t hitung sebesar $4,003 > t$ tabel sebesar $1,653$ dan juga nilai signifikansinya sebesar $0,000 < \text{taraf signifikansi } 0,05$ dan pada Kualitas Pelayanan nilai t hitung sebesar $10,926 > t$ tabel sebesar $1,653$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < \text{taraf signifikansi } 0,05$. Maka kedua variabel tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang. Sedangkan pada variabel Persepsi Harga (X_3) didapati nilai t hitung sebesar $1,550 < t$ tabel sebesar $1,653$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,123 > 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti, maka dari kesimpulan yang telah dijelaskan berikut merupakan saran bagi Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung, antara lain:

1. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai Kualitas Makanan yang dimiliki Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung
 - a. Peneliti memberikan saran mengenai kualitas makanan dari Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung, restoran harus memperbaiki bahan - bahan yang akan digunakan untuk membuat makanan, bahan - bahan yang digunakan harus berkualitas baik setidaknya menggunakan bahan yang segar karena hal tersebut akan sangat berpengaruh pada rasa dari makanan yang akan disajikan.
 - b. Lalu Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung juga harus memperbaiki cara memasak sate taichannya, terutama dalam memanggang sate dikarenakan banyak konsumen yang mengeluhkan jika sate yang disajikan belum benar - benar matang dan juga dingin.
 - c. Adanya pelatihan yang sama untuk para juru masak di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung dengan diberikannya satu resep pasti yang sama dan cara memasak yang sama dengan ketentuan yang sama dan juga sudah pasti hal tersebut dapat membantu membuat rasa dari masakan menjadi lebih konsisten.
2. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai Kualitas Pelayanan yang dimiliki Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung
 - a. Peneliti memberikan saran mengenai kualitas pelayanan yang ada di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung dimulai dari kebersihan yang terutama pada area makan. Kebersihan pada area makan harus selalu dijaga untuk kenyamanan para konsumennya, karyawan harus dengan sigap dan juga benar - benar membersihkan area makan. Selain kebersihan pada area makan, kebersihan pada fasilitas umum yang disediakan seperti toilet, mushola, wastafel juga harus selalu diperhatikan. Dengan selalu menjaga kebersihan akan menimbulkan kenyamanan bagi para konsumen.

- b. Para karyawan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung perlu diberikan pelatihan kembali mengenai tata cara melayani para konsumen dengan baik dan benar. Para karyawan harus menanamkan pada dirinya masing - masing mengenai 3S atau senyum, salam, sapa dan para karyawan juga harus benar - benar mengerti keseluruhan dari menu yang ada di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung. Para karyawan harus selalu mempertahankan standar pelayanan setiap saat.
 - c. Lalu Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung juga harus memperbaiki kecepatan dan ketepatan waktu dalam menyiapkan pesanan para konsumen dan juga menyajikan pesanan para konsumennya. Dan para karyawan harus selalu teliti dan mengecek ulang tiap pesanan saat dipesan dan juga sebelum disajikan, hal tersebut dilakukan untuk menghindari terjadinya kesalahan penyajian pesanan.
3. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai Persepsi Harga yang dimiliki Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung
 - a. Menyesuaikan harga dengan kualitas makanan dan kualitas pelayanan diberikan. Harga dari Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung disesuaikan dengan kualitas makanan yang ada seperti dari segi jumlah porsi, rasa, dan juga variasi yang ada. Selain itu harga dari Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung juga disesuaikan dengan kualitas pelayanan yang ada misalkan dari segi tempat yang nyaman. Jika harga yang ditawarkan bisa sesuai dengan kualitas makanan dan kualitas pelayanan yang baik maka para konsumen akan merasa puas dan akan memiliki niat untuk membeli ulang produk yang ada di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.

Peneliti memberikan saran - saran tersebut berdasarkan hasil analisis dari kuesioner yang telah disebar dan digunakan pada penelitian ini. Peneliti berharap agar saran - saran yang diberikan dapat membantu memperbaiki dan juga meningkatkan kinerja dari Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023, Februari). *Jurnal Pendidikan Sain dan Komputer. Survey Design: Cross Sectional dalam Penelitian Kuantitatif*, 3(1), 31-39.
- Adinugraha, A. T., & H, S. . (2015). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'Cost Surabaya*, 3(2), 643-655.
- Adinugraha, A. T., & H, S. M. (2015). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'Cost Surabaya*, 3(2), 643-654.
- Adiputra, F., & Sutopo, S. (2016). *Diponegoro Journal Of Managament. Analisis Pengaruh Kepuasan dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang*, 5(1), 1-11.
- Agmasari, S. (2021, Agustus 11). *Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia*. Kompas Jernih Melihat Dunia. Retrieved Juli 23, 2023, from <https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia>
- Angelia, D. (2022, Juni 22). *Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik*. GoodStats. Retrieved Juli 23, 2023, from <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020, Desember). *Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*, 6(3), 96-107.
- Ariska, N., & Wijaksana, T. I. (2017, Desember). *eProceedings of Managament. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang*, 4(3), 2909-2915.
- Asti, E. G., & Ayungtyas, E. A. (2020, Januari 21). *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, 1(01), 1-14.
- Chendradewi, R., & Khansanah, I. (2016). *Diponogero Journal Of Managament. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, 5(4), 1-12.

- Devi, I. P., Teja Kusuma, I. G. N. A. E., & Rihyana, I. G. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang di Warung Dekade*, 1(2), 129-138.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). *Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik di Kota Semarang)*, 710-716.
- Evirasanti, M., Rahyuda, K., & Yasa, N. N. K. (2016, Desember 02). E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis. *Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan dan Behavioral Intentions (Studi di Metis Restaurant)*, 5(12), 4331-4358.
- Faradiba, & Astuti, S. R. T. (2013). Diponegoro Journal Of Managament. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*, 2(3), 1-11.
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. (2016). Journal of Managament. *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafe)*, 2(2), 1-13.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Jurnal Manajemen dan Terapan. *Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda"*, 10(1), 1-18.
- Fitriana, A. N., & Maskur, A. (2022). Jurnal Mirai Managament. *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Atmosfer Caffee dan Kualitas Layanan (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kami Ngaliyan, Semarang)*, 7(2), 465-482.
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2020, Oktober). PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone*, 5(4), 307-308.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Hapsara, V., Darmawan, A. K., & Marselino, W. (2023, Februari). Journal of Managament and Social Sciences. *Pengaruh Kualitas dan Kepuasan Konsumen*

- Terhadap Minat Pembelian Kembali di Seporsi Mie Kari Alam Sutera*, 2(1), 101-119.
- Harfania, F. (2018). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia. Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek Sa'i Yogyakarta)*, 7(6), 581-591.
- Hermanto, K., & Cahyadi, I. (2015). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Fast Food Ayam Goreng Tepung di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya*, 3(2), 561-572.
- Hutajulu, M., Tawas, H. N., & Rogi, M. (2022). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Makanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Ayam Geprek Benu Manado*, 10(4), 2109-2120.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indiehome Gegerkalong di Kota Bandung*, 5(3), 413-423.
- Kakisina, M., & Lego, Y. (2021). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Makanan, dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan KFC Cabang Kakialy di Ambon*, 3(4), 1118-1126.
- Kapahang, N. F., Tampi, J. R.E., & Rogahang, J. J. (2016). *Jurnal Administrasi Bisnis. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Membeli (Studi Pada Konsumen Dodol Salak Produksi Desa Pangu*, 4(4), 1-5.
- Kartika, N. K. R. D., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023, April 19). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Starbucks Denpasar*, 4(1), 22-31.
- Kementrian Komunikasi dan Informasi. (2017, Oktober 19). *Kuliner, Kriya dan Fashion Penyumbang Terbesar Ekonomi Kreatif*. Berita Kominfo. Retrieved Juli 23, 2023, from https://www.kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita_satker
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Managment* (6th ed.). Pearson Learning.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managment* (15th ed.). Pearson Learning.
- Kridiyuanto, D. D., & Bagus, C. I. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Honda Scoopy di Gresik Selatan*.
- Kurniawan, H. D. (2018, April). *Jurnal Ekobis Dewantara. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, 1(4), 73-82*.
- Laela, E. (2021, Februari). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta, 8(1), 180-186*.
- Laemonta, J. H., & Padmalia, M. (2016, September). *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship. Pengaruh Inovasi dan Keputusan Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Terang Bulan - Martabak 93, 5(2), 73-80*.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021, September). *Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Coffeville-Oishi Pan Magelang, 2(3), 150-159*.
- Maradita, F., & Susilawati, M. (2021, Maret). *Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Goa Sumbawa, 2(1), 1-14*.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018, Juli). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado, 6(3), 1658-1667*.
- Marwanto, B., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022, Februari). *Jurnal Kolaborasi Sains. Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Pada Konsumen Produk Sayuran Cv Tani Organik Merapi Pakem Sleman), 5(2), 120-128*.
- Milo, M. R. (2021). *Jurnal Indikator. Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Minat Pembelian Ulang Taman Kuliner Kumkum, 5(2), 39-49*.
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2021). *Jurnal Manajemen. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang, 13(4), 654-661*.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mabilio, (1), 755-762*.

- Muliawan, S. (2018). *Jurnal Strategi Pemasaran. Pengaruh Food Quality dan Ketersediaan Produk Terhadap Repurchase Intention Produk Sari Roti di Surabaya*, 5(2), 1-6.
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021, September). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis. Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang*, 11(2), 230-243.
- Pambudi, A. R. (2019, Maret 03). *Jurnal Manajemen Pemasaran. Pengaruh Store Layout dan Food Quality Terhadap Minat Beli Ulang dan Customer Satisfaction Pada Ready To Eat Bakery*, 13(1), 1-7.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). *Journal of Business and Applied Managament. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen*, 10(1), 55-79.
- Prasetyo, Y. D. (2023). *Jurnal Manajerial. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Makanan, Persepsi Manfaat dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang Pada Pizza Hut Delivery di Surabaya*, 10(01), 158-178.
- Prastiwi, R. D. (2017). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*, 1-26.
- Pratama, S. A., & Permatasari, R. I. (2021, Januari). *Jurnal Ilmiah M-Progress. Pengaruh Penerapan Standar Operasional, Prosedur dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor PT. Dua Kuda Indonesia*, 11(1), 38-48.
- Pratiwi, R. S., Soebandi, S., & Dharmani, A. N. (2020). *The Influence of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere On Repurchase Intention (Case Study at The Teras Atas Cafe Surabaya)*, 1(2), 147-156.
- Premayani, N. W. W., & Yoga, G. A. D. M. (2019, Agustus). *Widya Manajemen. Pengaruh Kewajaran Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Wina Rumah Kebaya*, 1(2), 138-157.
- Ratnafaury, R. F., Gunawan, T., & Istiharini, I. (2022, Oktober 31). *Journal of Managament. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Terhadap Niat Beli Ulang Produk Private Label Brand (Non - Food Category) di Toserba Yogya dan Griya Kota Bandung*, 15(3), 317-333.

- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020, Maret). Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan. *Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banja D'Licious)*, 4(1), 47-56.
- Saraswati, K. D., Sanjaya, P. K. A., & Tratintya, M. A. P. (2021, Mei). Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata. *Pengaruh Variasi Produk dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention*, 1(2), 431-442.
- Sasongko, F., & Subagio, H. (2013). Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria*, 1(2), 1-7.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7th ed.). wiley and sons.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Aliansi Jurnal Manajemen dan Bisnis. *Validitas dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja*, 17(2), 51-58.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suherman, A. W. (2020, Agustus). PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. *Pengaruh Promosi, Citra Rasa, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo*, 5(3), 233-241.
- Suliyarti, R., Gistituati, N., Rusdinal, & Irsyad. (2020). Journal Educational Administration and Leadership. *Persepsi Siswa Tentang Komunikasi Interpersonal Guru di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 5 Padang*, 1(2), 1-7.
- Suryani, S., & Rosalin, S. S. (2019). Journal of Business Studies. *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating*, 4(1), 41-53.
- Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Nagar, R. (2021). Journal Competency of Business. *Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Pada Konsumen Rocket Chicken*, 5(1), 10-27.
- Wibowo, E. (2013). Jurnal Ekonomi. *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta*, 4(1), 56-64.

- Wijaya, W. (2017). Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. *Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya*, 5(2), 581-594.
- Wijaya, Y. R., & Tjahningsih, E. (2022, Desember). Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. *Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Niat Beli*, 15(3), 201-211.
- Wijiastuti, R. D., & Cantika, N. (2021, Juni). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang JASA Gofood di Kota Sorong*, 4(1), 1-8.
- Winarjo, H., & Japarianto, E. (2017). Jurnal Strategi Pemasaran. *Pengaruh Food Quality dan Atmosphere Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Intro di Surabaya*, 4(2), 1-6.