



## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KESESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Irsa Maulian Nugraha, Y Sugiarto Ph<sup>1</sup>  
Email : [Irsamaulian@gmail.com](mailto:Irsamaulian@gmail.com)

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

### ABSTRACT

*This study aimed to analyze the effect arising from the quality of service, price Conformity, to customer satisfaction and its impact on consumer repurchasing decisions Depo Grocery Store. Variables used in this research is the quality of service and price suitability as an independent variable, and customer satisfaction as an intervening variable, and the repurchase decision as the dependent variable.*

*This research method using purposive sampling with a sample of 157 respondents in the consumer Depo Sembako. The analytical method used in this research is quantitative analysis and analysis using analysis kualitatif Structural Equation Model (SEM) operated by AMOS program version 20.0. This type of data is primary data and using a questionnaire with open questions closed.*

*The results of this study prove all hypothesis is accepted. 5 accepted hypothesis includes the positive effect of service quality on customer satisfaction, compliance rates positive effect on customer satisfaction, customer satisfaction has positive influence on the repurchase decision, service quality has positive influence on the repurchasing decisions and price suitability positive influence on the repurchase decision.*

*Keywords: quality of service, price suitability, customer satisfaction, repurchase decisions*

### PENDAHULUAN

. Pertumbuhan retail modern semakin agresif, hal ini terlihat dari pada tahun 2008, Indonesia bertengger diposisi kedua setelah China di kawasan Asia Pasifik, pada tahun 2008 pertumbuhan Retail Indonesia masih tumbuh diangka 21,1 % dari sisi nilai penjualan, namun pada tahun 2014 Retail Tradisional Modern di Indonesia sudah mencapai 40-45 % dengan mensasar kota besar di Indonesia (RRI, 25/03/2014).

Kemunculan retail besar secara agresif seperti ini tentu mengusik keberadaan retail tradisional yang sudah lama menempati lokasi bisnis yang sama. Hal tersebut terlihat dalam table di bawah ini :

**Table 1**  
**Data Penurunan Omzet Depo Sembako**

NO	Keterangan	Rata-Rata Omzet per hari
1	Omzet Kuartal 2 2015	3.000.000
2	Omzet Kuartal 3 2015	3.000.000
3	Omzet Kuartal 1 2016	2.500.000

Sumber : hasil survey penelitian 2016

Dari table tersebut memperlihatkan penurunan omzet dari Toko Depo Sembako dari kuartal 3 2015 ke kuartal 1 2016. Penurunan ini terjadi karena beralihnya konsumen khususnya konsumen dari golongan menengah & menengah atas dari retail retail tradisional tersebut menuju retail yang lebih modern. Pengalaman berbelanja yang lebih baik di sertai dengan promosi harga yang lebih bersaing dibandingkan toko retail tradisional menambah ketat keunggulan bersaing dari retail retail modern. Hal yang bisa di unggulkan dari retail tradisional adalah kualitas pelayanan. Pelayanan pada retail tradisional yang masih menggunakan hubungan antar individu yang kuat dan juga memungkinkan melakukan tawar menawar merupakan nilai kuat yang menjadi daya saing terhadap retail modern. Dengan kualitas pelayanan yang mumpuni di tambah harga yang sesuai keinginan konsumen membuat konsumen menjadi terpuaskan. Dengan terpuaskannya konsumen maka tentu keputusan untuk melakukan pembelian pada sebuah toko retail menjadi lebih kuat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kesesuaian harga terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

## **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah hasil dari adanya perbedaan antara harapan konsumen dengan apa yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman teman-teman yang telah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dan periklanan.

Dalam masalah toko retail kepuasan pelanggan bukan hanya di dapat dari kepuasan terhadap produk yang di jual, pelayanan yang baik dan memenuhi harapan pelanggan juga harus dilakukan. Dengan memenuhi harapan pelanggan maka konsumen akan merasa puas.

Berdasarkan pemikiran di atas maka hipotesis yang diajukan adalah:

*H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Depo Sembako.*

### **Hubungan antara kesesuaian harga dengan kepuasan konsumen**

kepuasan pelanggan menurut Guiltinan yaitu "A buyer's degree of satisfaction with product is the consequence of the comparison a buyer makes between the level of the benefits perceived to have been received after consuming or using a product and the level of the benefits expected prior purchase". Artinya bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Apabila harga yang di berikan sesuai dengan manfaat yang di dapat maka konsumen akan mendapat kepuasan karena apa yang di harapkan sesuai dengan apa yang ia dapatkan.

Berdasarkan pemikiran di atas maka hipotesis yang diajukan adalah:

*H2: kesesuaian harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Toko Depo Sembako*

### **Hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian ulang**

Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Sedangkan keputusan konsumen adalah proses yang dilakukan oleh konsumen dalam memberi penilaian pada alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang

diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu (Amirullah 2002:62). keputusan konsumen ini di mulai dari proses melihat hingga akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Sehingga apa bila yang konsumen rasakan dalam hal pelayanan memuaskan maka hal ini akan masuk dalam pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan, terutamanya keputusan pembelian ulang.

Berdasarkan pemikiran di atas maka hipotesis yang diajukan adalah:

*H3: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang di Toko Depo Sembako.*

### Hubungan antara kesesuaian harga dengan keputusan pembelian ulang

Engel (2004) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Engel et al. (1994) dan Hawkins et al. (1998) menyebutnya keputusan pembelian, adalah sebuah proses yang dilakukan konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk barang ataupun jasa. Dalam melakukan pembelian, konsumen tentu mencari kesesuaian antara kemampuan yang dia miliki dengan harga yang di tawarkan sehingga semakin sesuai harga yang di tawarkan semakin tinggi keputusan untuk melakukan pembelian. Pada penelitian Setyo prabowo (2007) dan Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal (2012) membuktikan terdapat pengaruh positif antara harga dengan keputusan pembelian ulang.

Berdasarkan pemikiran di atas maka hipotesis yang diajukan adalah:

*H4: Kesesuaian harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang di Toko Depo Sembako.*

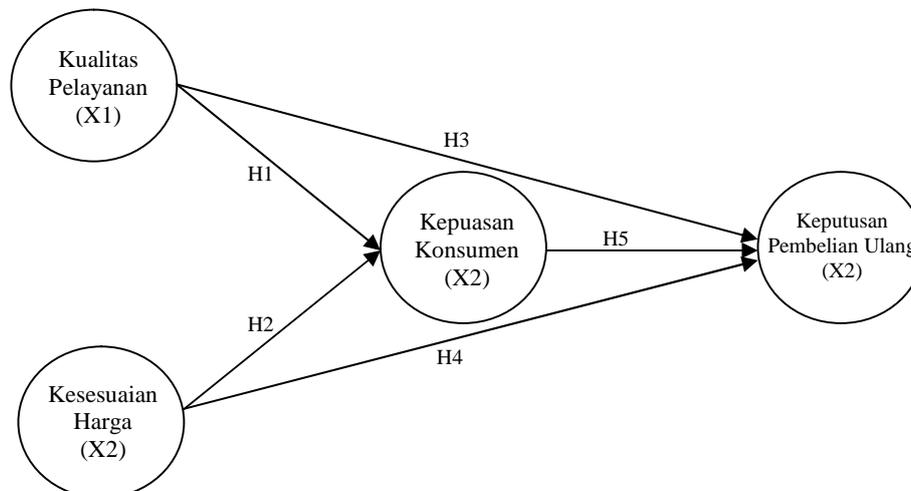
### Hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan keputusan pembelian ulang

Kepuasan adalah salah satu factor penting yang diharapkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Faktor kepuasan akan diperoleh konsumen dalam proses konsumsi atau *consumption experience*. Setiap konsumen dapat memberikan pernyataan persepsi terhadap kepuasan yang diperoleh dan secara kolektif akan memberikan penilaian total (Quitty et al., 2000). Berdasarkan hal tersebut, kepuasan konsumen diprediski secara signifikan atau bermakna dapat menimbulkan perilaku pembelian ulang untuk

masa yang akan datang. Berdasarkan pemikiran di atas maka hipotesis yang diajukan adalah:

*H5: Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang di Toko Depo Sembako*

Dari hipotesis diatas maka dapat di simpulkan dalam kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



Sumber: Konsep yang dikembangkan dalam penelitian ini, 2016

## METODE PENELITIAN

### Variabel Penelitian

Definisi variabel menurut Sekaran (2006) adalah apa pun yang membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel, yaitu Variabel Terikat (variabel Dependent), Variabel Antara (variabel intervening) dan Variabel bebas (variabel independent)

Variabel terikat merupakan variable yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuan peneliti adalah memahami dan membuat variable terikat, menjelaskan variabilitasnya, atau memprediksinya. Dengan kata lain, variable terikat merupakan variable utama yang menjadi factor yang berlaku dalam investigasi. Melalui analisis terhadap variable terikat adalah mungkin untuk menemukan jawaban atau solusi atas masalah. Untuk tujuan tersebut, peneliti akan tertarik untuk menguantifikasi dan mengukur variable terikat, sama seperti variable lain yang mempengaruhi variable tersebut. Variable terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian ulang.

Sedangkan Variabel Antara (variabel intervening) adalah variable yang mengemuka antara waktu variable bebas mulai bekerja mempengaruhi variable terikat dan waktu pengaruh variable bebas terasa pada variable terikat. Dengan demikian terdapat kualitas temporal atau dimensi waktu pada variable antara. Variabel antara mengemuka sebagai sebuah fungsi variable bebas yang berlaku dalam situasi apapun, serta membantu mengkonsepkan dan menjelaskan pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Variabel antara dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen.

Dan variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif (Sekaran, 2006). Sedangkan menurut Sugiyono (2004) variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi penyebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan dan Kesesuaian Harga.

### Penentuan sample

Responden yang di pilih peneliti dalam penelitian ini adalah pengunjung toko depo sembako Karena populasi nyata dalam penelitian ini tidak di ketahui, maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut. Maka dari itu penulis menggunakan teknik pengambilan sampel yang dirumuskan oleh Widiyanto, (2008):

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Di mana:

n = jumlah sampel

Z = Z score pada tingkat signifikansi tertentu (95%)

Moe = Margin of Error

Dengan menggunakan margin of error sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = 1,962 / 4 (0,10)^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, jumlah sampel yang digunakan adalah 96,04 responden. Untuk memudahkan maka dibulatkan menjadi 100 responden. Untuk penelitian ini jumlah yang akan di pakai dalam penelitian ini adalah 157 responden.

Teknik pengambilan sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah dengan *incidental sampling*, yaitu penulis dengan sadar menggunakan pertimbangan sendiri dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis (Sugiyono, 2001). Responden yang di pilih peneliti dalam penelitian ini adalah pengunjung toko depo sembako

### Metode Analisis Data

Secara difinitif analisis data adalah : "Analysis is a process of resolving data into its constituent components to reveal its characteristic elements and structure" Ian Dey (1995: 30). Alat analisis yang di gunakan adalah *Structural equation modeling (SEM)* melalui program AMOS

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi sample penelitian

Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang dirumuskan oleh Widiyanto, (2008), di peroleh ukuran sample sebanyak 157 responden yang dapat dilihat dalam table 2 :

**Table 2**  
**Umur Responden**

Umur	Pria	Wanita		Persentase
15 – 19 th	7	2	9	5,73
20 – 24 th	45	33	78	49,68
25 – 29 th	3	7	10	6,37
30 – 34 th	13	7	20	12,74
35 – 39 th	-	1	1	0,64
40 – 44 th	14	7	21	14,65
45 – 49 th	-	2	2	0,00
50 – 54 th	3	11	14	8,92
55 – 59 th	1	1	2	1,27
<b>Total</b>			<b>157</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan table 2 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak berada pada rentang umur 20-24 tahun yaitu sejumlah 78 responden atau 49,68 % dari keseluruhan jumlah frekuensi dan paling sedikit berada pada rentang umur 35 – 39 tahun yaitu sebanyak 1 responden atau 0,64 %. Hal ini bisa di sebabkan karena ketersediaan waktu dan tingkat kebutuhan untuk melakukan pembelian pada Toko Depo Sembako.

Sedangkan frekuensi dan persentase responden menurut pendapatan terakhir dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini :

**Tabel 3**  
**Responden Berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan	Pria	wanita		Persentase
< 2.000.000	47	31	78	49,58
2.100.000 - 3.000.000	4	7	11	7,01
3.100.000 – 4.000.000	15	13	28	17,20
4.100.000 – 5.000.000	12	12	24	15,29
5.100.000 – 6.000.000	5	6	11	7,01
> 6.000.000	3	1	4	3,82
<b>Total</b>			<b>157</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan table 3 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak menurut rentang penghasilan adalah responden yang berpenghasilan dibawah Rp. 2.000.000 yaitu sejumlah 77 responden atau 49,58% dari jumlah total responden. Sedangkat jumlah responden paling sedikit berada pada rentang penghasilan Rp.7.100.000 – Rp. 8.000.000 yaitu sejumlah 4 responden atau 2,5% dari jumlah total responden.

### Pembahasan hasil penelitian

**Table 4**  
**Regression Weight Structural Equational**

		Estimate	S.E.	Std. Loading	C.R.	P
Kepuasan_Konsumen	<--- Kualitas_Pelayanan	0.199	0.081	0.223	2.466	0.014
Kepuasan_Konsumen	<--- Harga	0.319	0.108	0.277	2.966	0.003
Keputusan_PembelianUlang	<--- Kepuasan_Konsumen	0.305	0.096	0.287	3.186	0.001
Keputusan_PembelianUlang	<--- Kualitas_Pelayanan	0.254	0.082	0.268	3.084	0.002
Keputusan_PembelianUlang	<--- Harga	0.219	0.109	0.179	2.012	0.044

Model persamaan struktural berdasarkan hasil tersebut dapat ditulis sebagai berikut :

$$KK = 0.199 SA + 0,319 H + z_1$$

$$KPU = 0.254 SA + 0,219 H + 0,305 MB + z_2$$

Hasil pengujian SEM mendapatkan bahwa semua variabel memiliki koefisien dengan arah positif. Arah koefisien tersebut sesuai dengan arah yang dihipotesiskan. Penjelasan dari masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

Pengujian hipotesis 1 menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. koefisien variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen yang diperoleh dari Model diperoleh hasil sebesar 0,199. Nilai koefisien tersebut memberikan makna bahwa variabel Kualitas Pelayanan yang lebih baik akan meningkatkan Kepuasan Konsumen. Hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,466 dengan signifikansi sebesar 0,014 Nilai signifikansi hasil lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 1 dalam penelitian ini diterima,

Pada pengujian hipotesis2 menunjukkan kesesuaian harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.Koefisien regresi variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen yang diperoleh dari Model diperoleh hasil sebesar 0,319. Nilai koefisien tersebut memberikan makna bahwa variabel Harga yang lebih baik akan meningkatkan Kepuasan Konsumen. Hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,966 dengan signifikansi sebesar 0,003. Nilai signifikansi hasil lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima,

Pengujian hipotesis 3 menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan pembelian ulang yang diperoleh dari Model diperoleh hasil sebesar 0,254. Nilai koefisien tersebut memberikan makna bahwa variabel Kualitas pelayanan yang lebih baik akan meningkatkan keputusan pembelian ulang. Hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 3,084 dengan signifikansi sebesar 0,002. Nilai signifikansi hasil lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima.

Untuk hipotesis 4, hasil pengujian menunjukkan kesesuaian harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang.Koefisien regresi variabel harga terhadap Keputusan pembelian ulang yang diperoleh dari Model diperoleh hasil sebesar 0,219. Nilai koefisien tersebut memberikan makna bahwa variabel Harga yang lebih baik akan meningkatkan keputusan pembelian ulang. Hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,012 dengan signifikansi sebesar 0,044. Nilai signifikansi hasil lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 4 dalam penelitian ini diterima.

Pengujian hipotesis 5 menunjukkan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang. Koefisien regresi variabel Kepuasan konsumen terhadap Keputusan pembelian ulang yang diperoleh dari Model diperoleh hasil sebesar 0,305. Nilai koefisien tersebut memberikan makna bahwa variabel Kepuasan konsumen yang lebih besar akan meningkatkan keputusan pembelian ulang. Hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 3,186

dengan signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi hasil lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 5 dalam penelitian ini diterima.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan ke empat factor mempengaruhi keputusan pembelian ulang yaitu kualitas pelayanan, kesesuaian harga, dan kepuasan konsumen. Dari keempat variabel kepuasan konsumen merupakan variabel paling mempengaruhi keputusan pembelian ulang konsumen. Dan dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Peningkatan Kepuasan konsumen pada toko depo sembako di pengaruhi oleh kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas pelayanan yang dimiliki oleh toko akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian maka toko depo sembako harus meningkatkan pelayanan dan faktor faktor yang bisa meningkatkan kenyamanan konsumen untuk berbelanja dengan begitu maka kepuasan konsumen terhadap toko depo sembako akan semakin besar.
2. Peningkatan kepuasan konsumen pada toko depo sembako di pengaruhi oleh kesesuaian harga. Semakin sesuai harga produk yang ditetapkan oleh toko akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan harga yang bersaing dengan pasar, maka toko harus menyesuaikan harga dengan pasar dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa barang yang di dapatkan sepadan dengan uang yang di keluarkan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Semakin baik Kualitas pelayanan yang dimiliki oleh toko akan meningkatkan keputusan pembelian ulang oleh pelanggan.
4. Kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian ulang. Semakin sesuai harga produk yang ditetapkan oleh toko akan meningkatkan keputusan pembelian ulang oleh pelanggan. Dengan harga yang sesuai dengan manfaat yang di dapatkan maka pelanggan akan mudah memutuskan untuk melakukan pembelian bahkan pembelian ulang, jika tidak sesuai bukan tidak mungkin pelanggan akan memutuskan untuk melakukan pembelian di tempat lain yang harga nya lebih sesuai dengan manfaat yang di dapatkan.
5. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian ulang. Semakin besar Kepuasan konsumen akan semakin besar keputusan pembelian ulang yang dimiliki pelanggan. Kepuasan konsumen yang di pengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga akan membuat pelanggan memutuskan untuk melakukan pembelian, maka toko harus memaksimalkan faktor faktor yang memicu munculnya Kepuasan konsumen, karna keputusan pembelian ulang diawali dengan Kepuasan konsumen.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. *Pertama*, penelitian hanya terkonsentrasi pada dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan Kesesuaian Harga (X2), keterbatasan dalam penelitian ini karena adanya variabel lain yang belum diteliti sehingga penelitian ini masih kurang sempurna dengan jumlah dua buah variabel independen dan minimal indikator adalah tiga buah. *Kedua*, Penelitian ini mengumpulkan data primer melalui penyebaran kuesioner dan sedikit wawancara sehingga data yang telah diperoleh kurang maksimal. *Ketiga*, pada saat pengisian kuesioner oleh responden beberapa menolak untuk mengisi kuesioner karena waktu yang terburu-buru serta banyaknya yang tidak mencantumkan data lengkap formulir kuesioner tersebut terutama pada bagian pertanyaan terbuka. *Keempat* penelitian hanya dilakukan dalam jangka waktu beberapa bulan saja sehingga tidak menutup banyak kekurangan yang ada dalam penelitian ini. Dan keterbatasan terakhir adalah pengukuran variabel penelitian ini hanya berdasarkan persepsi responden sehingga cara penilaian tersebut ada potensi bias dalam data yang dihasilkan

## REFERENSI



- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2008. *Struktural Equation Modeling. Teori Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.08 edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Naili farida. 2014. "Analisis Model Kepuasan Terhadap Pembelian Ulang". JDM Vol. 5, No. 2, 2014, pp: 200-208
- Setyo Prabowo. 2007. "Pengaruh Minat Konsumen Dan Harga Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Mobil Bekas Di Kota SEMARANG"

Bagus, Deny "Kepuasan konsumen :pengertian , jenis dan pengukuran" 9 mei 2016  
<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/04/kepuasan-konsumen-pengertian-jenis-dan.html>

Tirto, Jati "Pengaruh Promosi dan Atribut Produk Serta Citra Merek Terhadap Pembelian Ulang Sepeda Motor Yamaha Mio Pada Dealer Mataram Sakti Semarang " 18 Mei 2016.  
<http://andiku-ekonomi-andiku.blogspot.com/2010/05/pembelian-uitang.html>

Wahyono, Budi "pengertian tentang kualitas pelayanan" 18 mei 2016  
<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/05/pengertian-tentang-kualitas-pelayanan.html>

[www.google.com](http://www.google.com).

[www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)