

**PENGARUH VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN (STUDI KASUS TOKO SEPEDA DAN MOBIL  
AKI AMORE BIKE PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

**TITIK NURKHASANAH**

**NIM : 4117209**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

**PENGARUH VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN (STUDI KASUS TOKO SEPEDA DAN MOBIL  
AKI AMORE BIKE PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

**TITIK NURKHASANAH**

**NIM : 4117209**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **TITIK NURKHASANAH**

Nim : **4117209**

Judul : **PENGARUH VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN (STUDI KASUS TOKO SEPEDA DAN MOBIL AKI  
AMORE BIKE PEKALONGAN)**

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang penulis sebutkan. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 September 2022

Yang menyatakan,

  
**TITIK NURKHASANAH**  
**4117209**

## NOTA PEMBIMBING

**Ahmad Rosyid, S.E., M. Si, Akt**

Perum Graha Tirto Asri Jl Seroja 2 no 43 Tanjung Tirto Pekalongan

Lamp : 2 (Dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Titik Nurkhasanah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN KH. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan

*c.q.* Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

*Assalamu,alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka Bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari :

Nama : Titik Nurkhasanah

NIM : 4117209

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : PENGARUH VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (STUDI KASUS TOKO SEPEDA DAN MOBIL AKI AMORE BIKE PEKALONGAN)

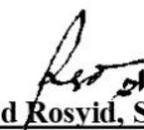
Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 26 September 2022

Pembimbing,



**Ahmad Rosyid, S.E., M. Si, Akt**

**NIP. 197903312006041003**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161  
www.febl.uingusdur.ac.id email: febi@lainpekalongan.ac.id

## PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i :

Nama : **Titik Nurkhasanah**  
Nim : **4117209**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Toko Sepeda dan Mobil Aki Amore Bike Pekalongan)**

Telah diujikan pada hari Senin, 31 Oktober 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. AM. Muh Khafidz Ma'shum, M.Ag  
NIP. 197806162003121003

Penguji II

Happy Sista Devy, M.M  
NIP. 199310142018012003

Pekalongan, 31 Oktober 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H

NIP 197502201999032001

## **MOTTO**

Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkan lah jejak.

(Ralph Waldo Emerson)

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpah nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana S.E di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia Pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terimakasih dari penulis kepada pihak-pihak yang terlibat berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Allah SWT yang telah terlibat dalam gagasan, penulisan dan pemikiranku, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.
2. Kedua orang tuaku, Bapak Rustianto dan Ibu Warningsih yang senantiasa berdo'a. mencurahkan kasih sayang yang tiada tara, memberi motivasi dan dukungan sehingga menghantarkanku meraih gelar sarjana.
3. Kakakku Wiwin Hidayati dan adikku Ayub Bachtiar terimakasih sudah mendukung dan mendo'akan saya.
4. Sahabatku Eka Rismawati, Aghna Fida, Vina Arbania, Erika Yamsiana, Mila Invita dan Neni K terimakasih atas kebersamaannya, do'a dan dukungannya serta semangatnya.
5. Untuk semua keluarga besarku dan orang-orang yang aku sayangi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
6. Dan semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta dosen pembimbing Bapak Ahmad Rosyid, S.E., M.Si, Akt, yang telah membimbing saya.

## ABSTRAK

### **TITIK NURKHASANAH. PENGARUH VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (STUDI KASUS TOKO SEPEDA DAN MOBIL AKI AMORE BIKE PEKALONGAN)**

Konsep pemasaran mengalami perkembangan pada masa ini dikarenakan dunia bisnis yang bertumbuh cepat yang ditimbulkan oleh keberadaan inovasi dan ide-ide kreatif yang diwujudkan oleh pengusaha. Perlunya rasa kepercayaan pembeli yang sudah dibangun juga harus dapat dipertahankan terhadap suatu toko. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh antara variasi produk, kualitas pelayanan dan bauran promosi terhadap minat beli ulang.

Jenis penelitian ini *explanatory research* dan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan. Adapun subjek penelitian ini adalah Amore Bike Pekalongan. Objek penelitian ini adalah konsumen toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yang berarti tidak semua populasi mempunyai peluang untuk menjadi sample. Jenis data yang digunakan yaitu data primer. Data primer dengan penyebaran kuesioner kepada responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif variasi produk terhadap minat beli ulang. 2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. 3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan bauran promosi terhadap minat beli ulang. 4) variabel variasi produk kualitas pelayanan dan bauran promosi secara simultan mempengaruhi minat beli ulang.

Kata kunci : Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Bauran Promosi, Minat Beli Ulang

## **ABSTRACT**

### **TITIK NURKHASANA. THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIATION, SERVICE QUALITY, AND PROMOTIONAL MIX ON CONSUMER'S REPURCHASING INTEREST (CASE STUDY OF BIKE STORE AND CAR BATTERY AMORE BIKE PEKALONGAN)**

The marketing concept is developing at this time due to the fast-growing business world caused by the existence of innovations and creative ideas that are realized by entrepreneurs. The need for a buyer's sense of trust that has been built must also be maintained in a store. The purpose of this study is to determine the effect of product variation, service quality and promotion mix on repurchase interest.

This type of research is explanatory research and this research uses a quantitative approach. The population in this study were the consumers of the Amore Bike Pekalongan bicycle and car battery shop. The subject of this research is Amore Bike Pekalongan. The object of this research is the consumers of the Amore Bike Pekalongan bicycle and car battery shop. The sampling technique used is non-probability sampling, which means that not all populations have the opportunity to be sampled. The type of data used is primary data. Primary data by distributing questionnaires to respondents.

The results showed that : 1) There was a significant and positive effect of product variation on repurchase interest. 2) There is a positive and significant effect of service quality on repurchase interest. 3) There is a positive and significant influence of the promotion mix on repurchase internet. 4) Variable product variation, service quality and promotion mix simultaneously affect repurchase interest.

Keywords: Product Variation, Service Quality, Promotional Mix, Repurchase Interest

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya saya bias menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi, akan sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH. MH., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Happy Sista Devy, S.E.M.M., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ahmad Rosyid, S.E., M. Si, Akt selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Susminingsih, M.Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Bapak Marleon Prasetyo Nugroho selaku Pemilik toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan dan para karyawan yang memberi izin untuk melakukan penelitian dan telah banyak membantu dalam proses penelitian.
8. Seluruh Dosen dan jajaran staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah membantu penulis selama melakukan studi.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 30 September 2022

Penulis



**TITIK NURKHASANAH**

**NIM. 4117209**

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Teori.....	10
B. Telaah Pustaka.....	20
C. Kerangka Berpikir .....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian.....	31

B. Pendekatan Penelitian .....	31
C. Tempat Penelitian.....	32
D. Populasi dan Sampel .....	32
E. Variabel Penelitian .....	34
F. Sumber Data .....	38
G. Teknik Pengumpulan Data .....	38
H. Metode Analisis Data .....	39
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Hasil Penelitian .....	49
B. Analisis Data .....	54
C. Pembahasan.....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>77</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>I</b>

## **TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

### **Pendahuluan**

Penelitian Transliterasi Arab – Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaannya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab – Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab – Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak agamanya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para Ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha kearah itu. Seminar itu juga membentuktim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan, M.A, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno, M.Ed.

Dalam pidato pengarahan Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena :

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.

2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama di dambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak Semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karenanya, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih huruf an, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbedabeda, Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usah amencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

### **Pengertian Transliterasi**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### **Prinsip Pembakuan**

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut :

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.

2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “ satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

### **Rumusan Pedoman Transliterasi Arab - Latin**

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab

- Latin ini meliputi :

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta’marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

#### **1. Konsonan**

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ţ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

### 2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-------	------	-------------	------

... َ ِ	fathahdanya	Ai	a dani
... َ ُ	fathahdanwau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ - kataba
- فَعَلَ - fa'ala
- ذُكِرَ - zukira
- يَذْهَبُ - yazhabu
- سُئِلَ - su'ila
- كَيْفَ - kaifa
- هَوَّلَ - haula

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
... َ ِ ... ا	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
... ِ ِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... ُ ُ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

ramā - رَمَى                      qāla - قَالَ

### 4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua: 1.

#### 1. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah "t".

#### 2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

## 5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang samadenganhuruf yang diberi tanda syaddahitu.

Contoh:

ر بنا	ditulis	<i>rabbanā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

## 6. Kata Sandang

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qomariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

## 7. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ` /.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya, setiap kata baik fi'il, isim, maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata yang lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, sehingga pada transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan pula dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ - Wainnallāhalahuwakhairarrāziqīn  
Wainnallāhalahuwakhairarrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ - Wa auf al-kaila wa-almīzān  
Wa auf al-kaila walmīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ - Ibrāhīm al-Khalīl  
Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا - Bismillāhimajrehāwamursahā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ جَعُّ الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا - Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti  
manistatā'a ilaihi sabīla  
Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti  
manistatā'a ilaihi sabīla

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan pula. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya adalah huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ - Wa mā Muhammadun illā rasul

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِنَكَّةٍ مُبَارَكًا - Inna awwalabaitinwui'alinnās ilallażibibak  
Katamubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ - Syahru Ramadān al-lażī unzila fīhil  
Qur'ānu

وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ - Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ - Alhamdulillāhirabbil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian, dan bila tulisan itu disatukan dengan kata lain, maka ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh :

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ – Nasrunminallāhiwafathunqarīb

لِللَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا - Lillāhi-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ - Wallāhabikullisyai'in 'alim

## 10. Tajwid

Bagi yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Oleh sebab itu, peresmian transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman Tajwid.

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Data Penjualan.....	1
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	19
<b>Tabel 4.1</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
<b>Tabel 4.2</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	45
<b>Tabel 4.3</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
<b>Tabel 4.4</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Agama .....	46
<b>Tabel 4.5</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Analisis Uji Validitas Variasi Produk (X1) .....	48
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Analisis Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	49
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Analisis Uji Validitas Bauran Promosi (X3) .....	49
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Analisis Uji Validitas Minat Beli Ulang (Y) .....	50
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	51
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Normalitas.....	54
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	55
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser) .....	57
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	58
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji T .....	60
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji F .....	61
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Koefisien Determinasi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Berfikir .....	26
<b>Gambar 4.1</b> Normal Probability Plot.....	53
<b>Gambar 4.2</b> <i>Scatterplott</i> .....	56

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1** Lembar Kuesioner
- Lampiran 2** Data Mentah Penelitian
- Lampiran 3** Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 4** Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 6** Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 7** t Tabel
- Lampiran 8** r tabel
- Lampiran 9** Surat Izin Penelitian
- Lampiran 10** Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 11** Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 12** Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 13** Hasil Similarity

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Konsep pemasaran mengalami perkembangan pada masa dewasa ini dikarenakan dunia bisnis yang bertumbuh cepat yang ditimbulkan oleh keberadaan inovasi dan ide-ide kreatif yang diwujudkan oleh para pengusaha. Sebagai penopang kapasitas suatu usaha yang ditekuni agar terus berkembang merupakan salah satu peran pemasaran yang amat penting. Pada hakikatnya tiap aktivitas bisnis tidak bisa dilepaskan dari aktivitas promosi. Promosi itu sendiri wajib direncanakan sejak awal agar penentuan strategi bisa dilakukan dengan efektif dalam memancing minat pembeli yang diharapkan menjadi target pemasaran. Berikut adalah data penjualan pada Toko Sepeda Amore Bike Pekalongan selama 6 bulan terakhir:

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan Selama 6 Bulan Terakhir**

No	Bulan	Jumlah Penjualan/pcs
1	Januari-21	108
2	Februari-21	59
3	Maret-21	119
4	April-21	82

5	Mei-21	170
6	Juni-21	102

*Sumber : Pengelola Toko, 2021*

Berdasarkan tabel diatas yang dilakukan oleh peneliti dengan wawancara sementara pada pengelola toko, sebagai langkah awal dalam melakukan penelitian. Fakta penelitian menunjukkan bahwa ditemukan beberapa konsumen yang melakukan transaksi ulang di toko Amore Bike Pekalongan di bulan-bulan berikutnya.

Pemahaman sikap pembeli dalam sebuah barang amatlah berguna bagi untuk dalam memutuskan serta melakukan inovasi atas barang yang hendak diproduksi. Sebuah toko patut mendalami sikap pembeli dari sasaran penjualan yang diharapkan supaya barang yang diproduksi memperoleh respon yang baik dari konsumen. Karena tidak semuanya akan tertuju pada satu produk, melainkan akan lebih selektif terhadap suatu produk, misalnya pada varian warna, model, ataupun ukuran. Demikian menjadi tanggung jawab penjual agar mengembangkan produknya dengan berbagai variasi. Agar pembeli dapat memilih secara maksimal sesuai kebutuhan maupun minatnya. Variasi produk adalah salah satu pertimbangan keputusan pembelian oleh pembeli. Pengembangan produk yang beragam melalui penjaminan kualitas/mutunya, hendaknya membuat ekspektasi atas keinginan pembeli dalam mengonsumsinya pada upaya mencukupi keperluan hidup dari para pembeli. Volume penjualan juga

dipengaruhi oleh ketertarikan terhadap produk yang bervariasi. (Peburiyanti, 2020)

Konsep pemasaran mengutamakan berartinya rasa puas konsumen guna mendukung kesuksesan sebuah industry demi melaksanakan target yang diekspektasikan. Sederhananya, rasa puas konsumen atas barang tertentu ialah output dari rasio yang dicoba pengguna atas tingkatan khasiat yang dijual dengan tingkatan khasiat yang menjadi harapan. Kepuasan pelanggan ialah sesuatu penilaian toko, bila kepuasan pembeli tercapai hingga hendak mencuat loyalitas, oleh sebab itu kepuasan pembeli ialah perihal yang berarti untuk sesuatu toko. Pembeli yang merasa puas, maka biasanya pembeli tersebut akan melaksanakan pembelian serta pemakaian berulang. Hal tersebut juga memungkinkan pembeli untuk melakukan promosi ke individu lainnya tentang pengalaman atas mutu barang yang sudah dipakai. Contoh metode yang bisa dipakai supaya rasa puas konsumen bisa diwujudkan yakni melalui peningkatan mutu layanan dari toko. Contoh perbuatan yang bisa mewujudkan rasa puas konsumen yakni melalui pemberian layanan untuk konsumen semaksimal mungkin (Padilah, 2020).

Pihak instansi/perusahaan perlu memaksimalkan layanan, guna membentuk relasi jangka panjang dengan konsumen maupun calon konsumen yang lain mengingat ketatnya persaingan yang semakin meningkat. Lewat pemasaran, instansi bisa mempromosikan barang yang dijual kepada khalayak umum sehingga masyarakat bisa mengenal barang

yang sudah dihasilkan. Riset ini salah satunya memakai variabel promosi, sebab promosi penjualan memberi penawaran sebuah barang dengan metode membagikan stimulasi agar melakukan pembelian. Pada aktivitas memasarkan/mempromosikan jualan ialah termasuk bauran promosi yang mempunyai kedudukan berarti dengan tujuan meningkatkan atensi pembeli atas sebuah barang. Pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai metode baik offline maupun online. Hal ini agar dilakukan agar menjangkau semua kalangan baik dari segi genre, tujuan, maupun kebutuhan.

Keinginan melakukan pembelian ulang bisa diartikan menjadi minat untuk melaksanakan transaksi berulang serta mendapatkan tanggapan yang baik atas pembelian di waktu lampau karena adanya pelayanan serta kualitas produk yang sangat memuaskan. Rasa kepercayaan pembeli yang sudah dibangun harus dapat dipertahankan terhadap suatu toko.

Masa pandemi seperti sekarang ini, banyak orang mengutamakan kesehatan sehingga daya beli terhadap alat-alat olahraga sangat besar. Tidak hanya dijadikan moda transportasi, sepeda juga dijadikan hobi yang banyak dilirik oleh khalayak umum serta merupakan *lifestyle* untuk olahraga bagi sebagian penduduk. Minat beli pada sepeda dinilai cukup besar karena mereka sadar dengan bersepeda dapat meningkatkan kesehatan tubuh dengan olahraga bersepeda santai. Selain sepeda, untuk membantu meningkatkan tingkat kebosanan anak di masa pandemi ini dengan memperkenalkan mainan aki. Pengembangan kreativitas perlu diawali sejak dini. Aplikasi yang ada di dalam mainan mobil aki dapat merangsang otak

anak mulai dari cara mengira-ngira, mengenalkan warna, dan konsep lainnya. Tidak hanya sebagai hiburan, bersepeda dapat menghilangkan penat karena dengan mengayuh sepeda maka olahraga yang tidak monoton dengan pemandangan yang sama. Karena bersepeda pasti akan ada tujuan ke suatu tempat, serta sebagai tujuan utama berolahraga.

Penelitian ini didasarkan pada perbedaan hasil penelitian sebelumnya mengenai minat beli ulang konsumen. Penelitian terdahulu menunjukkan perbedaan hasil yang mengakibatkan penelitian ini penting dilakukan untuk melihat hubungan yang ditunjukkan oleh variabel variasi produk, kualitas pelayanan, dan bauran promosi terhadap minat beli ulang konsumen.

Berikut adalah research GAP dalam penelitian ini antara lain Desi Peburiyanti dan Sabran (2020) dengan judul “Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini di Tenggarong” didapatkan hasil Promosi penjualan (X1) tidak berdampak atas keinginan pembelian ulang, Variasi Produk (X2) tidak berdampak atas keinginan pembelian beli ulang, Kualitas pelayanan (X3) berdampak atas keinginan pembelian ulang pada Butik Kanabini di Tenggarong. Variabel promosi penjualan, variasi produk dan kualitas pelayanan memberi dampak yang berarti secara bersamaan atas keinginan pembelian ulang. Agin Lestari dan Muhammad Faizin (2020) dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Variasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus *Warunk Upnormal* Cabang Gresik)” didapatkan hasil Hasil penelitian ini store atmosphere serta variasi produk secara bersamaan

memberi dampak yang berarti atas keinginan pembelian ulang di *Warunk Upnormal* cabang Gresik.

Bersumber dari penjabaran kasus diatas, maka peneliti memiliki ketertarikan melaksanakan studi yang berjudul **“Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi terhadap Minat Beli Ulang di Toko Sepeda dan Mobil Aki Amore Bike Pekalongan”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari permasalahan di atas bahwa variasi produk, kualitas pelayanan dan bauran promosi memiliki peran penting dalam minat beli ulang. Dalam pengaplikasiannya kualitas pelayanan seringkali menjadi hal yang dianggap mudah padahal sangatlah berpengaruh terhadap kesan yang diberikan oleh konsumen, maka bisa dirumuskan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah variasi produk berdampak atas minat beli ulang konsumen pada toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan?
2. Apakah kualitas pelayanan berdampak atas minat beli ulang konsumen pada toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan?
3. Apakah bauran promosi berdampak atas minat beli ulang konsumen pada toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan?

4. Apakah variasi produk, mutu pelayanan serta bauran promosi berdampak secara simultan atas minat beli ulang konsumen pada toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara variasi produk terhadap minat beli ulang di toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara bauran promosi terhadap minat beli ulang di toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara variasi produk, kualitas pelayanan, dan bauran promosi terhadap minat beli ulang di toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis ataupun secara praktis yakni dijabarkan menjadi:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai pengetahuan baru dan dapat menjadi titik tolak ukur bagi studi serupa yang lebih menyeluruh serta dalam cakupan yang lebih luas.

- b. Sebagai materi pertimbangan dalam rancangan studi yang berkaitan dengan penelitian dampak variasi produk, mutu layanan, dan bauran promosi atas keinginan pembelian kembali di Toko Amore Bike Pekalongan.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan untuk mengembangkan ilmu yang sudah didapatkan selama ini selama kuliah serta diharapkan bisa mengidentifikasi dampak variasi produk, kualitas layanan, dan bauran promosi terhadap keinginan bertransaksi kembali di Toko Amore Bike Pekalongan.

### b. Bagi Akademik

Sebagai bahan pertimbangan untuk dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya yang memiliki topik penelitian serupa.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Dalam sistematika pembahasan, penulis membagi menjadi lima pokok bahasan, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pertama ini berisi tentang latarbelakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berpikir dan hipotesis.

## BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian yang meliputi lokasi penelitian, variabel pengamatan, sampel, populasi, metode pengumpulan sampel, metode pengambilan data observasi serta metode pengelolaan serta analisa data.

## BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

## BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian terakhir yang memuat kesimpulan dan saran, setelah itu daftar pustaka, dan lampiran-lampiran lainnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel variasi produk (X1) berpengaruh terhadap minat beli ulang di toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan.
2. Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap minat beli ulang di toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan.
3. Variabel bauran promosi (X3) berpengaruh terhadap minat beli ulang di toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan.
4. Hasil nilai F hitung  $<$  F tabel ( $19.364 < 2,725$ ), maka artinya secara simultan variabel variasi produk, kualitas pelayanan, dan bauran promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang di toko sepeda dan mobil aki Amore Bike Pekalongan.
5. Berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,411 atau 41,1%. Hal ini mengandung arti bahwa sekitar 41,1% minat beli ulang (Y) dapat dijelaskan oleh variabel variasi produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan bauran promosi (X3). Sedangkan sisanya sebesar 58,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Perusahaan**

Dari hasil penelitian ini terdapat variabel yang signifikan yaitu variasi produk, kualitas pelayanan dan bauran promosi, diharapkan dapat dijadikan acuan agar lebih focus untuk mempertahankan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang di Toko Sepeda dan Mobil Aki Amore Bike Pekalongan

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Untuk dapat menelaah dan mengkaji lebih dalam dan meluas terkait minat beli ulang di toko Amore Bike Pekalongan, sehingga diharapkan mampu menjelaskan variabel-variabel lain yang belum diteliti oleh penulis. Skripsi ini juga bisa menjadi referensi bagi peneliti berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, R., & Sudrartono, T. (2021). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KEMBALI CAT DULUX DI DEPO KERAMIK KATAPANG BANDUNG. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3).
- Ariska, Novi dan Tri Indra Wijaksana. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen*. Volume. 4 No.3.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang.
- Brian, R. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK (FILM) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Kasus Pada E-Cinema Entertainment Plaza Semarang)* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Faradisa, Isti. 2016. Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeshop Semarang (Icos Café), *Jurnal Manajemen*. Volume 2 No.2, Maret 2016.
- Ghazali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA STARBUCKS COFFEE GRAND WISATA BEKASI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 71-88.
- Harun, Haidir. 2006. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Produk Telkom Flexi (Studi Kasus PT. Telekomunikasi Indonesian Kota Semarang).
- Hurriyati. 2008. Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. Bandung: Alfabeta.

- Kotler, P. 2006. Prinsip prinsip pemasaran. (Imam Nurmawan, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid II. Erlangga. Jakarta.
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. Analisis Multivariate Teknik dan Variasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0, Bandung : Alfabeta.
- Lestari, Agin, dan M. Faizin. 2020. Pengaruh *Store Atmosphere* dan Variasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus *Warunk Upnormal* Cabang Gresik).
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150-159.
- Marheiningsih, dan Amirul Mukminin. 2020. Pengaruh Variasi Produk dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima.
- Matsumoto, Shigeru; dan Yang Cao, 2012, "Resolving service quality uncertainty through WoM communication," College of Economics.
- Melia, Nur Indah S. 2010. Statistik Deskriptif dan Induktif, Ed. 1 Cet. 1 , Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mutami, M., & DS, A. H. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Taksi Kosti Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 105-112.
- Ninemeier, J.D. & Hayes, D.K. 2006. Restaurant operation management. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Ningsih, F. F., Darmawan, K., & Irdiana, S. (2021). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 3(3), 43-52.

- Padilah, Phaisal dan Putu Nina Maidawati. 2020. Pengaruh *E-service Quality*, Bauran Promosi dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna dana di Bandung
- Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1).
- Priyatno, Duwi. 2010. Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS. Yogyakarta: Media Kom.
- Rafidah. (2015). Kualitas Pelayanan Islam pada Perbankan Syariah.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Saidani, B., & Arifin, S. 2012. Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3 (1), 1-22.
- Saputra, V. N., Mulyati, A., & Andayani, S. (2015) Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1(2), 1-14.
- Solihatun, Athiyah. 2018. Analisis Pengaruh Harga Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dalam Berbelanja Online di Instagram (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Sugiyono, 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Bandung: CV Albeta.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset

- Sundalangi, Marchelyno., Mandey, Silvy L. dan Jorie, Rotinsulu Jopie. 2014. Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Sutojo, S. 2009. Manajemen pemasaran. PT. Damar Mulia Pustaka: Jakarta
- Timpe, A.D. 1998. Manajemen pemasaran. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Tjiptono, F. 2008. Strategi pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Wibisaputra, Aditzya. 2011. "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Pratama Semarang)". Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro
- Zeithaml, Valerie A, Bitner, Mary J, Gremler, Dwayne D. 2006. Integrating customer focus across the firm. (4th ed). New York: The McGraw-Hill companies, Inc.