

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Kedai Kopi Fore di Padang.
2. Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Kedai Kopi Fore di Padang.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Fore di Padang.
4. Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Fore di Padang.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Kedai Kopi Fore di Padang.
6. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan minat beli ulang pada Kedai Kopi Fore di Padang.
7. Kepuasan pelanggan tidak memediasi hubungan antara lokasi dan minat beli ulang pada Kedai Kopi Fore di Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi Kedai Kopi Fore di Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi, dan kepuasan pelanggan kopi fore di padang masuk kedalam kategori tinggi. Dan minat beli ulang masuk kedalam kategori cukup tinggi. Meskipun demikian, masih perlu untuk ditingkatkan dimasa yang akan datang agar semua variabel menjadi kategori sangat tinggi.

Upaya yang dapat dilakukan pada penelitian ini memberikan implikasi penting baik secara empiris maupun praktis. Secara empiris, Penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan variabel mediasi yang signifikan antara kualitas pelayanan dan minat beli ulang. Hal ini memperkuat teori bahwa pelayanan yang baik tidak langsung menciptakan minat beli ulang pelanggan, melainkan harus melalui kepuasan pelanggan terlebih dahulu. Hasil yang menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan maupun minat beli ulang pelanggan pada Kedai Kopi Fore di Kota Padang memberikan perspektif baru. Hal ini mengindikasikan bahwa pada era digital dan layanan kopi modern, faktor fisik lokasi mungkin mulai tergeser oleh kekuatan kualitas layanan dan pengalaman merek.

Implikasi praktis dari hasil ini memberikan panduan bagi kedai kopi fore terkhusus di Kota Padang. Perusahaan di harapkan mengoptimalkan fitur aplikasi untuk memberikan poin atau promo khusus bagi pelanggan yang melakukan kunjungan rutin, serta menonjolkan keunikan rasa atau pengalaman yang tidak dimiliki pesaing guna memperkuat posisi Kopi Fore sebagai pilihan utama

konsumen dan meningkatkan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Perusahaan di harapkan untuk terus konsisten dalam memenuhi ekspektasi pelanggan di setiap kunjungannya, seperti pelayanan yang di berikan kepada pelanggan sesuai dengan SOP perusahaan dan desain kemasan yang ergonomis dan estetika gerai memberikan pengalaman sensorik yang melengkapi kenikmatan produknya, sehingga pelanggan akan merasa puas. Karyawan dibekali dengan standar pelayanan yang baik, maka mereka menjadi lebih percaya diri dan kompeten dalam bekerja. Lingkungan kerja yang minim konflik dengan pelanggan akan meningkatkan kepuasan kerja karyawan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas pelayanan itu sendiri. Memastikan papan nama atau petunjuk arah di area sekitar gerai terpasang dengan jelas dan memastikan titik koordinat di platform seperti Google Maps atau Grab/Gojek sudah akurat untuk mendukung kemudahan akses konsumen.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Kedai Kopi Fore di Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada Kedai Kopi Fore di daerah lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada Kedai Kopi Fore di daerah-daerah lainnya.

2. Penelitian ini menggunakan 4 variabel yang mempengaruhi minat beli ulang yaitu kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pelanggan, sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi minat beli ulang seperti harga dan promosi tidak ada pada penelitian ini. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 80 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhista, M. F. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Point Coffee Stasiun Gubeng Lama Surabaya.
- Aisyah, Y., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Dalam Menentukan Minat Beli Ulang Pada Toko Inayah Store Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(5), 1052. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i5.2148>
- Alfianto, A. (2019). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 482–488. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i3.4808>
- Andari, D. S., & Mathori, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Yogyakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 468–489. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i2.718>
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379.
- Apriliana, & Sukaris. (2022). Analisa Kualitas pada CV.Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504.
- Ardiyansyah, M., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Muslim sebagai Pemediasi. *Journal of Business & Applied Management*, 16(1), 079–090. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i1.4236>
- Arianty, N. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen handphone samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 68–81.
- Arikunto. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. *PT Rineka Cipta*.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. *PT Rineka Cipta*.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *IX*(1), 85–94.
- Bahar, A., & Sjaharuddin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3, 14–34.
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. 2(3).
- BPS. (2021). Statistik Kopi Indonesia 2021.

- Danesh, S. N., Nasab, S. A., & Ling, K. C. (2012). The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets. *International Journal of Business and Management*, 7(7), 141–150.
- Febriandika, N. R., & Millatina, A. N. (2023). A modeling of repurchase intention in Sharia hotels: An integrated model of price, location, religiosity, trust, and satisfaction. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 10(12), 161–171. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2023.12.018>
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. 1(1).
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1).
- Fore.Coffee. (2025a). [Siaran Pers] FORE Berkembang Pesat dan Siap Ekspansi Lagi, Didukung Kinerja Kuat Semester I 2025 - *Fore Coffee*.
- Fore.Coffee. (2025b). Tentang Kami. <https://fore.coffee/id/about-us/id/>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Henseler, J., & Sarstedt, M. (2014). On the Emancipation of PLS-SEM: A Commentary on Rigdon (2012). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2014.02.007>
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan. CAPS.
- Hasanuddin, & Rony, Z. T. (2025). Systematic Literature Review : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan. *Jurnal of Economic, Management, and Accounting*, 8(1), 46–58.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11–12), 1762–1800. <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>
- Hendarsono, G., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). Analisa pengaruh experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen cafe buntos 99 sidoarjo. 1(2), 1–8.
- Hermanto, H., Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 171. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v3i2.78>
- Humairoh, Febriani, N., & Annas, M. (2023). Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi TikTok. 7(1), 71–88. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v7i1>
- Hume, M., & Mort, G. S. (2010). The consequence of appraisal emotion, service quality, perceived value and customer satisfaction on repurchase intent in the performing arts. *Journal of Services Marketing*, 24(2). <https://doi.org/10.1108/08876041011031136>

- International Coffee Organization*. (2022). <https://ico.org/what-we-do/world-coffee-statistics-database/>
- Ishak, A. (2009). Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya. *Jurnal Siasat Bisnis*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.20885/jsb.ed.khus1.art1>
- Jamilah, A. W., Wahyuni, I., & Soeliha, S. (2025). Pengaruh Lokasi Promosi Penjualan Dan Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Mie Ratu Situbondo. 4(5), 1159–1178.
- Jiwandono, A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Warung Bakso Tiara Kediri (Studi Pada Konsumen Bakso Tiara Kediri Di Tulungagung). *Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(9), 105–124.
- Kasmir. (2016). Kewirausahaan (Edisi Revi). RajaGrafindo.
- Kotler, P. (2004). Country as brand, product and beyond : a place marketing and brand management perspective. In *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). Principles of Marketing (14th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Manajemen Pemasaran Jilid 1 (12th ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management (14th ed.). *Pearson Educations*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Pearson Practice Hall* (15th ed., Vol. 2, Issue 1).
- Krisdinanti & Sunarti. (2019). The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction at Pizza Hut Malang Town Square Restaurant.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. 1(4).
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14. <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- Maulidiah, E. P., Survival, & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. 2(3).
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli ulang. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 654–661. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v13i4.10161>
- Muiz, M., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh sales promotion dan

- kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang di mediasi variabel kepuasan konsumen. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 50–62.
- Mulyana, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang. *Agora*, 7(2), 1–8.
- Muzakki, A. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. 119.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. 7(2).
- Novitasari, W., & Handayani, C. M. S. (2022). Pengaruh harga, lokasi, wom dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada cafe senewen time surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 3(2), 86–93.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1). <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Nurhanifah, A., & Sutopo. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang). *Journal Of Management*, 3(4).
- Nurhayati, & Murti, W. W. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Handphone. 8(2), 47–62.
- Parasuraman, A. P., Zaithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4). <https://www.researchgate.net/publication/304344168> Refinement
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (9th ed.). Salemba Empat.
- Pranitasari, D., Fachroji, M., Syamsur, G., Suryono, D. W., & Abdoellah, M. N. (2022). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Media Manajemen Jasa*, 10(2), 26–35. <https://doi.org/10.52447/mmj.v10i2.6620>
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Putra, D. K., & Lusua, A. (2023). Pengaruh Promosi, Lokasi, Ulasan Produk, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang di Shopeefood. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2829–2006, 375–384.

- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 162–170.
- Rahman, E. A., Wahyuni, I., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Keragaman Produk, dan Lokasi Dalam Membentuk Minat Beli Ulang Pada Toko Andin Cemilan Situbondo Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(1), 01–00.
- Ranjbarian, B., Sanayei, A., Kaboli, M. R., & Hadadian, A. (2012). An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores. *International Journal of Business and Management*, 7(6), 40–48. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n6p40>
- Saepul, S. A., Mulyatini, N., & Prabowo, F. H. E. (2019). Analisis Faktor-Faktor Penetapan Lokasi Strategis Perusahaan PT. POS Indonesia Cabang Ciamis Sebelum Dan Sesudah. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(2).
- Safitri, A. N. (2020). Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Pengaruh brand image , persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. 1(1), 1–9.
- Septianita, Wi., Winarno, W. A., & Arif, A. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem , Kualitas Informasi , Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Empiris Pada PT . KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 9 JEMBER). *Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 53–56.
- Shantilawati, I., Anindya, A., & Suryadi, I. (2024). Penerapan Pricing Strategy Dalam Manajemen Bisnis Pada UMKM (Studi Kasus Kopi Janji Jiwa). 13, 929–940. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1065>
- Siregar, N., Elfikri, M., & Daulay, R. P. (2022). Pengaruh Lokasi. Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat). *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(1), 1–9.
- Sugiyono. (2013a). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (19th ed.). Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2013b). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.
- Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. *Trikonomika*, 12(2), 190–200. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v12i2.479>
- Sutanto, T. W. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Dagang Di Kota Surabaya. 1(1), 1–14.
- Tania, C. A., Hafizah, & Aditi, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Lokasi Terhadap Minat Membeli Ulang , dengan Kepuasan Konsumen

- Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen di Cafe Foodcourt Tanjung Morawa). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 02(01).
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Tijjang, B. (2019). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. 2(2014), 46–58.
- Tjiptono, F. (2008). Service management: mewujudkan layanan prima (Edisi 2). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian) (2nd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi 4). Andi.
- Tjiptono, F. (2016). Service quality and satisfaction (4th ed.). CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian (Edisi 2). Andi.
- Top Brand Award. (2025). Komparasi Brand.
- Triyoko. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Kedai Yoko.
- Umar, H. (2005). Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Unjaya, G. D., & Santoso, L. (2015). Analisis Pengaruh Satisfaction, Trust Dan Commitment Terhadap Repurchase Intentions Pelanggan Tetap Hotel Raden Wijaya Mojokerto. 1–9.
- Usmara. (2008). Strategi Baru Manajemen Pemasaran.
- Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Nagar, R. (2021). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Pada Konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency of Business*, 5(1). <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.871>
- Wibowo, A., & Mei. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umum Bus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2).
- Wicaksono, G. S., & Susanti, R. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi pada Kopi Story UNS Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/doi.org/10.62710/8hebf54>
- Wijaya, L. S. T., Fridayani, J. A., & Maridjo, H. (2024). Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Mie

Gacoan Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 35–56.

Wong, A., & Sohal, A. (2003). Service quality and customer loyalty perspectives on two levels of retail relationships. *Journal of Services Marketing*, 17(5), 495–513. <https://doi.org/10.1108/08876040310486285>

Yuliarmi, N. N., & Riyasa, P. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *BULETIN STUDI EKONOMI*, 12.

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>