

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Kasus  
pada Konsumen Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta  
Selatan)**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Jurusan  
Agribisnis**



**ANDINI DESANTI HIDAYANINGSIH**

**NIM : 4441180050**

**JURUSAN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA  
2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI  
ULANG (Studi Kasus pada Konsumen Total Buah Segar  
Cabang Ampera Jakarta Selatan)

Oleh : ANDINI DESANTI HIDAYANINGSIH

NIM : 4441180050

Serang, Februari 2025

Menyetujui dan Mengesahkan

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

  
H. Johan Setiawan, S.P., M.Si.  
NIP. 196802122002121002

  
Ir. Gugun Gunawan, S.Mn., MM.  
NIP. 196211102000121001

Dekan Fakultas Pertanian,

Ketua Jurusan Agribisnis,

  
Dr. Ririn Irtawati, S.Pi., M.Si.  
NIP. 198309112009122005

  
H. Johan Setiawan, S.P., M.Si.  
NIP. 196802122002121002

Tanggal Sidang : 26 Februari 2025

Tanggal Lulus : 26 FEB 2025

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andini Desanti Hidayaningsih

NIM : 4441180050

Menyatakan bahwa hasil penelitian saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi  
Kasus pada Konsumen Total Buah Segar Cabang Ampera  
Jakarta Selatan)**

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan hasil jiplakan. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa hasil penelitian saya merupakan jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan hukum yang berlaku.

Serang, Mei 2025

Yang Menyatakan,



Andini Desanti Hidayaningsih

## **ABSTRACT**

The Covid-19 pandemic has increased public awareness of a healthy lifestyle, including fruit and vegetable consumption. The government, through the GERMAS program, has promoted healthy living habits, impacting consumer behavior. Consumers have become more selective in choosing fruits, considering quality, price, and service. This phenomenon has driven the growth of modern retail, including Total Buah Segar. However, in recent years, there has been a decline in repurchase intention at Total Buah Segar, presumably due to service quality and customer satisfaction. This study aims to analyze the influence of service quality and customer satisfaction on repurchase intention at Total Buah Segar, Ampera, South Jakarta, both partially and simultaneously. The researcher used a survey method with questionnaires. The measurement scale used is the Likert scale. The types and sources of data include primary and secondary data. To determine the sample size, the researcher used non-probability sampling techniques. The sample consist of 100 respondents. The result of the discussion indicates that there is an influence of service quality and customer satisfaction variables on repurchase intention at Total Buah Segar Ampera, South Jakarta, both partially and simultaneously.

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, RePurchase Intention, Retail, Total Buah Segar.*

## RINGKASAN

**ANDINI DESANTI HIDAYANINGSIH, 2025, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Kosumen Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan, dibimbing oleh Johan Setiawan dan Gugun Gunawan.**

Pandemi Covid-19 mendorong peningkatan kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat, termasuk konsumsi sayur dan buah. Pemerintah melalui program GERMAS menggalakkan kebiasaan hidup sehat, yang berdampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat. Konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk, khususnya buah-buahan, dengan mempertimbangkan kualitas, harga, pelayanan, dan kenyamanan berbelanja. Fenomena ini menyebabkan pertumbuhan retail modern yang signifikan, termasuk bisnis ritel buah seperti Total Buah Segar. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, Total Buah Segar mengalami penurunan minat beli ulang, yang diduga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong pembelian ulang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang di Total Buah Segar, khususnya di cabang Ampera, Jakarta Selatan secara parsial dan simultan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian yang dipilih pada penelitian ini berada di Total Buah Segar cabang Ampera, Jakarta Selatan. Penelitian akan dilaksanakan dari bulan Agustus 2023 – Oktober 2024. Peneliti menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Jenis dan sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan teknik *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling*. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui. Sampel yang akan digunakan sebanyak 100 responden. Metode pengolahan data penelitian adalah regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji T dan uji F).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel harga diperoleh nilai t-hitung > t-tabel ( $2,025 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi < 0,05 ( $0,046 < 0,05$ ), dan pada variabel promosi diperoleh nilai t hitung > t tabel ( $16,109 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi < 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Pada uji F diperoleh nilai F-hitung > F-tabel ( $1078,602 > 3,09$ ) dan nilai signifikansi < 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), serta besaran pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang sebesar 0,956 atau 95,6%. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang sayur dan buah pada Total Buah Segar Jakarta Selatan secara parsial maupun simultan.

## RIWAYAT HIDUP



Andini Desanti Hidayaningsih lahir di Provinsi DKI Jakarta pada tanggal 6 Desember 1999 dari pasangan Bapak Taufik Saleh dan Ibu Siti Ftimah. Penulis merupakan putri pertama dari tiga bersaudara, memiliki dua adik yang bernama Yuniarti Dwi Anggraeni dan Alif Abubakar. Adapun riwayat pendidikan penulis dimulai dari SD Negeri 012 Jakarta pada tahun 2006-2012, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 157 Jakarta pada tahun 2006-2015 dan SMA Negeri 113 Jakarta pada tahun 2015-2018. Setelah penulis lulus pada tahun 2018, penulis diterima di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa melalui jalur SBMPTN pada Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian. Selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa penulis mendapat banyak pengalaman dan wawasan pada kegiatan formal maupun kegiatan organisasi kemahasiswaan seperti HIMAGRI (Himpunan Mahasiswa Agribisnis) dan UKM PCT (Pecinta Tanaman) Faperta Untirta. Sebagai bentuk memenuhi Tri Dharma Perguruan Tinggi, penulis melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat melalui kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) pada bulan Januari-Februari Tahun 2021 di Desa Sukajaya, Kecamatan Koroncong, Kabupaten Pandeglang, Banten. Penulis juga melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Profesi di Dinas Pertanian Kota Serang pada bulan Januari-Februari Tahun 2022.

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang kita panjatkan puji syukur atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Adapun judul penelitian yang disajikan yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan)”. terselesaikannya penelitian ini dengan baik tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan motivasi, semangat, serta doa kepada peneliti dalam menghadapi setiap hambatan dan kendala, yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. H. Johan Setiawan, S.P., M. Si., sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan serta waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan banyak nasehat, motivasi, dukungan serta solusi selama penyusunan penelitian ini.
2. Ir. Gugun Gunawan, S.Mn., MM., sebagai Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan ilmu, bimbingan dan masukan kepada peneliti sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ari Tresna Sumantri, S.P., M.Si., Sulaeni, S.P., M.Si. dan Ahmad Bukhori, S.P., M.Si, selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan-masukan yang baik kepada penulis.
4. Dr. Aliudin, SP., MP., sebagai Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, motivasi, dan semangat selama masa perkuliahan dan penyusunan penelitian ini.
5. H. Johan Setiawan, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis yang telah memberikan arahan, motivasi, dan semangat selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya penyusunan penelitian ini.
6. Dr. Ririn Irnawati, S. Pi., M. Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

7. Seluruh Dosen dan Staf Karyawan Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah memberikan ilmu dan fasilitas kepada peneliti.
8. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta peneliti, Ayahanda Taufik Saleh dan Ibunda Siti Fatimah yang tanpa lelah memberikan kasih sayang, senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan moral maupun materil yang tak terhingga untuk peneliti, serta mendukung dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
9. Adik-adik peneliti, Yuniarti Dwi Anggraeni, Alif Abu Bakar dan kucing peneliti yaitu Oyen, Oreo dan Molly yang telah membantu dan memberikan doa terbaik untuk penulis dan senantiasa menjadi penyemangat dan penghibur peneliti.
10. Partner terhebat peneliti, Tuan Dwi Firmansyah yang selalu membantu baik tenaga, waktu maupun finansial dan memotivasi peneliti untuk segera mendapatkan gelar sarjana. Senantiasa menemani dan percaya pada setiap langkah peneliti.
11. Sahabat-sahabat peneliti, Anita, Astuti, Dhifa, Intan dan Rara yang senantiasa menemani dan menghibur peneliti dalam suka maupun duka.
12. Teman-teman seperjuangan selama masa perkuliahan berlangsung, Yanti, Adel, Lia dan Yehu. Yang selalu memberikan energi positif. Mahasiswa Jurusan Agribisnis angkatan 2018 dan seluruh pihak yang turut membantu yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan penelitian ini, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca dalam rangka penyempurnaan penelitian ini. Penulis berharap penelitian ini dapat memberi manfaat maupun inspirasi bagi penulis maupun pembaca.

Jakarta, Februari 2025

Andini Desanti Hidayaningsih

## DAFTAR ISI

<a href="#"><u>HALAMAN PENGESAHAN</u></a> .....	ii
<a href="#"><u>HALAMAN PERNYATAAN</u></a> .....	iii
<a href="#"><u>ABSTRACT</u></a> .....	iv
<a href="#"><u>RINGKASAN</u></a> .....	v
<a href="#"><u>RIWAYAT HIDUP</u></a> .....	vi
<a href="#"><u>KATA PENGANTAR</u></a> .....	vii
<a href="#"><u>DAFTAR ISI</u></a> .....	ix
<a href="#"><u>DAFTAR TABEL</u></a> .....	xi
<a href="#"><u>DAFTAR GAMBAR</u></a> .....	xii
<a href="#"><u>DAFTAR LAMPIRAN</u></a> .....	xiii
<a href="#"><u>BAB I PENDAHULUAN</u></a> .....	14
1.1 <a href="#"><u>Latar Belakang</u></a> .....	14
1.2 <a href="#"><u>Rumusan Masalah</u></a> .....	20
1.3 <a href="#"><u>Batasan Masalah</u></a> .....	20
1.4 <a href="#"><u>Tujuan Penelitian</u></a> .....	20
1.5 <a href="#"><u>Hipotesis</u></a> .....	21
<a href="#"><u>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</u></a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 <a href="#"><u>Kerangka Teoritis</u></a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1. <a href="#"><u>Konsep Pemasaran dan Retail</u></a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2. <a href="#"><u>Perilaku Konsumen</u></a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3. <a href="#"><u>Kualitas Pelayanan</u></a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4. <a href="#"><u>Kepuasan Konsumen</u></a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5. <a href="#"><u>Minat Beli Ulang</u></a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 <a href="#"><u>Hubungan Antar Variabel</u></a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 <a href="#"><u>Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang</u></a> <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.2.2 <a href="#"><u>Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Pembelian Ulang</u></a> <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.2.3 <a href="#"><u>Hubungan Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang</u></a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.3	<a href="#">Penelitian Terdahulu</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4	<a href="#">Kerangka Pemikiran</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>			<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1	<a href="#">Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian</a>	..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	<a href="#">Instrumen Penelitian</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	<a href="#">Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1.	<a href="#">Teknik Pengambilan Sampel</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2.	<a href="#">Operasionalisasi Variabel</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3.	<a href="#">Pengolahan Data</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>			<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	<a href="#">Gambaran Deskripsi Objek Penelitian</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.	<a href="#">Gambaran Umum Lokasi Penelitian</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2.	<a href="#">Profil Perusahaan</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	<a href="#">Karakteristik Responden</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.	<a href="#">Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.	<a href="#">Deskripsi Responden Berdasarkan Usia</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3.	<a href="#">Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.4.	<a href="#">Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3	<a href="#">Hasil Analisis Deskriptif</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1.	<a href="#">Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2.	<a href="#">Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3.	<a href="#">Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4	<a href="#">Hasil Analisis Data</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1.	<a href="#">Uji Instrumen</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2.	<a href="#">Uji Asumsi Klasik</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<a href="#">4.4.3. Analisis Regresi Linier Berganda</a>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">4.4.4. Uji Hipotesis</a>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">BAB V PENUTUP</a>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">5.1 Simpulan</a>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">5.2 Saran</a>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">DAFTAR PUSTAKA</a>	22
<a href="#">LAMPIRAN</a>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

<a href="#">Tabel 1. Top Brand Index Kategori Retail Buah-Buahan Tahun 2019-2023</a>	.....	17
<a href="#">Tabel 2. Skala Likert</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 3. Definisi Operasional Variabel</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 8. Kriteria Interpretasi Skor</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 9. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 10. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (X2)</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 11. Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y)</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 12. Hasil Uji Validitas</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 14. Hasil Uji Normalitas</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 15. Hasil Uji Heteroskedastisitas</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 16. Hasil Uji Multikolinieritas</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 17. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 18. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</a>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 19. Hasil Uji t</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Tabel 20. Hasil Uji F</a>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

[Gambar 1. Kerangka Berpikir](#).....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR LAMPIRAN

<a href="#">Lampiran 1. Kuesioner Penelitian</a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Lampiran 2. Data Responden</a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Lampiran 3. Data Kuesioner Variabel</a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Lampiran 4. Hasil Uji Validitas</a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas</a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik</a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda</a> ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis</a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<a href="#">Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian</a> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

*World Health Organizations* atau *WHO* (*WHO South-east Asia – Indonesia*, 2022) memaparkan bahwa Covid-19 disebabkan oleh virus Corona. Penyakit ini dapat menular dan menyerang manusia serta hewan. Indonesia merupakan salah satu negara yang terdampak oleh pandemi Covid-19. Menyikapi keadaan ini pemerintah semakin gencar mensosialisasikan Peraturan Presiden tentang Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) dengan fokus pada 3 kegiatan yaitu meningkatkan aktifitas fisik, konsumsi sayur dan buah, deteksi dini penyakit. Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) adalah suatu tindakan yang sistematis, terencana yang dilakukan secara bersama-sama oleh seluruh komponen bangsa dengan kesadaran, kemauan dan kemampuan berperilaku sehat untuk meningkatkan kualitas hidup. Dalam kampanye GERMAS salah satu hal yang dikampanyekan adalah tingkat mengkonsumsi sayur dan buah, terutama sayur dan buah lokal. Konsumsi sayuran dan buah-buahan yang cukup merupakan salah satu indikator sederhana gizi seimbang (Kementerian Kesehatan RI, 2015).

Sejalan dengan hal tersebut dalam penelitiannya, Zaida (2021) memaparkan bahwa terdapat perubahan pola konsumsi makanan di masyarakat Indonesia yang terjadi secara signifikan akibat Covid-19. Pada kelompok dewasa, konsumsi sayuran, buah, dan rempah meningkat. Kecenderungan perubahan menuju pola makan sehat terjadi sebagai upaya pribadi untuk mencegah paparan Covid-19. Perubahan dalam pola makan ini diharapkan dapat meningkatkan kekebalan tubuh dan mengurangi potensi terkena Covid-19. Dapat disimpulkan bahwa kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat telah meningkat.

Perilaku konsumsi buah dan sayur masyarakat yang ikut bergeser akibat pandemi menyebabkan masyarakat semakin selektif dalam menentukan buah dan sayur yang akan dikonsumsi dengan harapan makanan tersebut akan memberikan kebaikan semaksimal mungkin bagi tubuh. Sikap selektif tersebut menjadi pertimbangan tersendiri dalam membeli setiap produk, terutama buah-buahan. Pertimbangan ini meliputi berbagai faktor, seperti jenis produk yang diinginkan, kualitas produk yang diharapkan, desain produk yang menarik, harga produk yang sesuai, pelayanan yang baik, promosi yang menarik, motivasi untuk membeli, dan juga lokasi penjualan yang strategis. Selain kesadaran akan gaya hidup sehat, saat ini banyak

masyarakat yang menerapkan gaya hidup modern yang menekankan pada kenyamanan serta kemudahan dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Terlebih dalam kondisi pandemi yang menyebabkan masyarakat semakin selektif sehingga masyarakat lebih menyukai berbelanja di pasar modern sebab kualitas buah yang baik, kemasan buah yang lebih rapi serta kenyamanan dalam berbelanja

Fenomena ini terlihat dari banyaknya peningkatan jumlah perusahaan retail dan swalayan buah yang didirikan, yang tentunya menciptakan peluang pasar yang luas untuk menyediakan berbagai jenis buah dan sayuran berkualitas. Hal tersebut senada dengan pernyataan Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan, Suhanto yang memaparkan bahwa prospek bisnis retail modern pada masa pandemi secara umum masih menunjukkan tren yang positif (Hadyan, 2019). Didukung dengan pernyataan Sasmenko Susiwijono pada 2022 lalu yang menjelaskan penjualan ritel tumbuh tinggi sebesar 15,42% (yoy) sehingga menunjukkan daya beli masyarakat yang kembali pulih pasca pandemi (Limanseto, 2022). Hal tersebut menandakan pertumbuhan retail di Indonesia cukup baik dalam menghadapi masa pandemi.

Pertumbuhan retail ini juga dipengaruhi oleh permintaan konsumen yang semakin tinggi dan pergeseran aktivitas belanja dari sekadar memenuhi kebutuhan sekaligus menjadi sebuah hiburan. Permintaan konsumen mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk atau layanan. Permintaan konsumen merujuk pada keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli suatu produk atau layanan pada harga tertentu dalam suatu pasar. Jika permintaan konsumen terhadap suatu produk atau layanan tinggi maka cenderung akan meningkatkan tingkat penjualan, sebaliknya jika permintaan konsumen rendah, maka tingkat penjualan cenderung rendah. Tingkat penjualan sangat dipengaruhi oleh respon dan keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang permintaan konsumen menjadi penting dalam perencanaan strategi pemasaran dan penjualan.

Penjualan merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu usaha. Untuk meningkatkan penjualan, penting untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan sebab pelanggan merupakan aset berharga bagi bisnis. Keuntungan dalam bisnis retail didapatkan melalui pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karenanya, setiap bisnis retail perlu mengoptimalkan kualitas pelayanan mereka. Tujuannya adalah agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan di toko tersebut sehingga mereka akan kembali untuk membeli produk di toko tersebut.

Terdapat banyak gerai retail buah di Indonesia seperti Total Buah Segar, Papaya, All Fresh, dan toko buah tradisional lainnya. Di sisi lain, terdapat pula supermarket-supermarket seperti Carrefour, Hypermart, Tip top, Superindo dan Lotte Mart yang menyediakan layanan penjualan buah-buahan. Hal tersebut menandakan adanya persaingan yang cukup ketat pada bisnis retail buah-buahan. Persaingan bisnis retail dalam menyajikan buah-buahan yang segar saja tentu belum cukup untuk dapat membuat konsumen merasa puas. Konsumen akan merasa puas, salah satunya dengan memberikan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen berasal dari perbandingan pada harapan konsumen dengan apa yang diberikan oleh perusahaan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi juga kepuasan konsumen tersebut. Pelanggan yang puas tidak hanya akan melakukan pembelian ulang tetapi juga mampu mendatangkan pelanggan baru. Oleh sebab itu, penting bagi perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik.

Total Buah Segar adalah salah satu perusahaan retail buah di Indonesia. Perusahaan ini pertama kali didirikan di Kelapa gading, Jakarta Utara pada tahun 2003. Pada awalnya, Total Buah Segar hanya memiliki 25 karyawan dengan misi menjadi toko buah pilihan terbesar dan terdepan di Indonesia. Sejalan dengan visi Total Buah Segar yaitu *Total Service* (Total Pelayanan), *Total Quality* (Total Kualitas), *Total Team* (Total Tim), *Total Innovation* (Total Berinovasi). Total Buah Segar berupaya dalam menyediakan pelayanan maksimal dan produk berkualitas bagi masyarakat sekitar baik buah-buahan lokal maupun impor yang segar dan higienis dengan harga terjangkau. Selain buah-buahan, mereka juga menyediakan sayuran segar, makanan ringan, bumbu dapur, dan berbagai produk lainnya. Seiring dengan meningkatnya permintaan buah di masyarakat, perusahaan ini mulai membuka cabang di berbagai lokasi (Total Buah Segar, 2023).

Pemilihan objek penelitian pada Total Buah Segar karena retail tersebut telah menjadi Top Brand nomor satu selama bertahun-tahun dalam kategori retail buah-buahan. Top Brand Index (TBI) merupakan suatu penghargaan untuk merek-merek terbaik hasil survei konsumen. Data Top Brand Award merupakan salah satu indikator kepuasan konsumen, karena top brand merupakan salah satu penghargaan bergengsi di Indonesia dimana kandidat merek adalah murni pilihan konsumen. Performa merek tersebut kemudian diukur dalam *Mind Share*, *Market Share* dan *Commitment Share*. Nilai Top Brand Index (TBI) yang semakin tinggi menunjukkan bahwa merek produk tersebut banyak diminati oleh konsumen. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai Top Brand Index (TBI) semakin rendah menunjukkan bahwa merek produk tersebut

kurang diminati oleh konsumen. Pemilihan konsumen ini dilakukan melalui survei dari *Frontier Consulting Group* dari beberapa kota besar di Indonesia (Top Brand Award, 2023). Berdasarkan hasil Website Top Brand Index untuk kategori retail buah-buahan Total Buah Segar mengalami penurunan, seperti yang dapat dilihat di tabel berikut:

*Tabel 1. Top Brand Index Kategori Retail Buah-Buahan Tahun 2019-2023*

No	Brand	Top Brand Index					Kategori
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	Total Buah Segar	37.30%	41.70%	42.90%	39.00%	36.10%	TOP
2	All Fresh	21.80%	28.80%	35.80%	43.10%	39.90%	TOP

*Sumber:* (Total Buah Segar, 2023)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui seberapa besar minat masyarakat terhadap Total Buah Segar selama lima tahun terakhir. Pada tahun 2019 hingga 2021 mengalami penjualan yang stabil. Namun di tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 3,90%, hingga bertukar posisi dengan perusahaan pesaingnya di posisi kedua. Bahkan di tahun selanjutnya 2023 Total Buah Segar masih mengalami penurunan sebesar 2,90%. Hal ini mengindikasikan adanya penurunan minat beli ulang pada toko total buah segar dimana konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan maupun produk total buah segar sehingga konsumen memiliki kecenderungan akan beralih pada perusahaan lain.

Penurunan minat beli ulang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan mencakup semua atribut dan karakteristik dari suatu produk atau jasa, yang berkaitan dengan kemampuannya dalam memenuhi kepuasan atau kebutuhan pelanggan secara tidak langsung. Kegiatan kualitas layanan seperti halnya kecepatan, ketepatan, keahlian, kesopanan, kemampuan karyawan, pemberian informasi yang tepat dan akurat serta hal-hal yang dapat menunjang seperti desain ruangan, fasilitas yang memadai, peralatan yang modern, dan lain-lain yang disediakan oleh perusahaan harus dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya agar terciptanya minat beli ulang. Jika produk atau pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan persepsi atau harapan mereka, maka kualitas pelayanan akan dianggap memuaskan. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima oleh pelanggan lebih rendah dari yang mereka rasakan atau harapkan, maka kualitas pelayanan akan dianggap buruk atau tidak sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hal yang utama dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh sebab

itu kualitas pelayanan jadi menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan pelaku usaha, karena dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, konsumen akan merasa diperhatikan dan puas, serta dapat melakukan pembelian ulang.

Minat beli ulang pada dasarnya adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespons positif terhadap kualitas produk/jasa dari suatu perusahaan dan berniat mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut (Cronin Jr & Taylor, 1992). Yulianti, dkk (2014) menyatakan minat beli ulang dari pembeli sangat penting bagi perilaku pembelian berulang pada gerai yang sama, kesuksesan sebuah retail dapat ditandai dengan adanya perilaku pembelian ulang dari para pelanggan dan kemampuan retail untuk bertahan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya. Minat pembelian ulang umumnya terbentuk akibat dari adanya kesan positif konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsinya, menurut Utami (2010) minat pembelian ulang merupakan efek dari kepuasan konsumen yang tercipta dari penanganan yang tepat terhadap keluhan konsumen.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang memiliki peranan penting dalam pengaruh untuk minat beli ulang konsumen dimana kepuasan konsumen timbul sebagai akibat dari pengalaman berkualitas atau positif yang dirasakan konsumen. Dewasa ini kepuasan konsumen semakin menjadi perhatian perusahaan-perusahaan dalam mengembangkan strategi pelayanannya, sehingga kepuasan konsumen ditempatkan sebagai tujuan utama perusahaan (Tumpal, 2012). Ilieska (2013) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan penting untuk diteliti, dikarenakan konsumen merupakan satu di antara faktor dalam menetapkan strategi pemasaran dan penyesuaian strategi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Menurut Pappas et al. (2014) pengalaman pembelian sebelumnya yang terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku dan minat membeli ulang di masa depan. Kepuasan pelanggan adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian (Rangkuti, 2011). Kepuasan pelanggan akan meningkatkan penjualan dalam jangka panjang serta menciptakan pelanggan yang akan melakukan pembelian ulang. Sementara itu ketidakpuasan akan akan memunculkan sejumlah resiko seperti komplain, reaksi pesaing, menurunnya minat pembelian ulang serta masuknya produk baru ke pasar. Ketika konsumen merasa puas, hal tersebut dapat mendorong minat beli yang lebih besar dari konsumen.

Alasan peneliti tertarik menjadikan kepuasan konsumen sebagai salah satu variabel di dalam penelitian ini adalah karena adanya indikasi rendahnya tingkat kepuasan konsumen yang disebabkan oleh kualitas pelayanan secara keseluruhan sehingga berdampak terhadap turunnya minat beli ulang konsumen terhadap produk Total Buah Segar. Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan dan niat beli ulang. Hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan dan niat beli ulang telah dijelaskan oleh Kotler (2009) bahwa kualitas pelayanan yang tinggi atau pelayanan yang dirasakan sama atau lebih baik dari yang diharapkan maka berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Konsumen yang terpuaskan cenderung menjadi pelanggan dan memiliki kemungkinan besar untuk melakukan pembelian ulang di toko tersebut.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fiona & Hidayat (2020), menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas layanan elektronik pun berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Kemudian dalam penelitian Ramadhan & Mulyaningsih (2022) menyatakan bahwa kualitas layanan elektronik dan kepuasan pelanggan elektronik berpengaruh secara langsung terhadap minat beli ulang, dan kualitas layanan secara elektronik memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap minat pembelian secara berulang melalui kepuasan pelanggan elektronik. Sedangkan menurut Ramadhan & Santosa (2017) dalam penelitiannya ditemukan hasil dimana kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat pembelian ulang konsumen. Hal yang sama juga ditemui pada penelitian yang dilakukan Widanti, dkk, (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang, kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang. Namun secara simultan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli ulang.

Berdasarkan penjabaran fenomena dan penelitian sebelumnya dan juga fakta-fakta yang ditemukan di lapangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang, peneliti bermaksud untuk mengembangkan penelitian dengan mempertimbangkan penambahan kepuasan konsumen. Analisis ini akan menggambarkan bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Total Buah Segar dalam memengaruhi minat beli ulang dan bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama akan mempengaruhi minat pembelian ulang. Maka judul penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Ulang pada Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan?
2. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Ulang pada Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Ulang pada Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan?

## **1.3 Batasan Masalah**

Pembatasan masalah digunakan untuk mencegah terjadinya penyimpangan atau perluasan ruang lingkup masalah, sehingga penelitian menjadi lebih fokus dan lebih mudah untuk dianalisis sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Pada penelitian ini ditetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Peneliti melakukan survey penelitian pada konsumen atau pelanggan Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan.
2. Responden yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk buah dan sayur di Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan.
3. Variabel yang diteliti adalah kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan minat beli ulang.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hal sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan secara parsial.
2. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan secara parsial.

3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat pembelian ulang pada Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan secara simultan.

## **1.5 Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah yang diteliti oleh peneliti. Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti memiliki hipotesis sebagai berikut:

a) Secara Parsial

1. Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan.
2. Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan.

b) Secara Simultan

1. Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan.
2. Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada Total Buah Segar Cabang Ampera Jakarta Selatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- Aprilia, T. &. (2022). Pengaruh gaya hidup sehat terhadap keputusan pembelian sayur dan buah. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*.
- Ari Helmi, S. (2017). Pembagian Peran dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Keluarga. *Political Science*.
- Asnawi, N., & Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and extension. *Journal of marketing*.
- Erikson, E. (1968). *Identity Youth and Crisis*. New York: Norton.
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadyan, R. (2019). *Kemendag: Industri Ritel Modern Masih Menunjukkan Tren Positif*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190826/12/1141225/kemendag-industri-ritel-modern-masih-menunjukkan-tren-positif>
- Hartini, S. d. (2019). Perilaku Konsumen dalam Memilih Makanan Sehat di Kalangan Dewasa Muda. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 112-120.
- Hellier, P., Geursen, G., Carr, R., & Rickard, J. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*.
- Institute, D. R. (2022). *Survei Danareksa: Peran istri dominan dalam rumah tangga*. *GoodStats*. Retrieved from GoodStats: <https://goodstats.id/article/survei-danareksa-peran-istri-dominan-dalam-rumah-tangga-3SZOR>
- Islam, M. R. (2021). Education and food consumption patterns: Quasi-experimental evidence from Indonesia .
- Kahfi, M. A. (2019). Pengaruh Kualitas Website Dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli pada Situs Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang). *Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang*.
- Kementerian Kesehatan RI. (2015). *Buku Panduan GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat)*. Jakarta.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Limanseto, H. (2022, Agustus). *Penjualan Ritel yang Tumbuh Tinggi di Tengah Tantangan Global Perhatikan Daya Beli Masyarakat Mulai Kembali Pulih*. Retrieved from Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4449/penjualan-ritel-yang-tumbuh-tinggi-di-tengah-tantangan-global-perhatikan-daya-beli-masyarakat-mulai-kembali-pulih>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Megawati, T. (2020). Gaya Hidup Sehat Masyarakat Urban dan Hubungannya dengan Perilaku Konsumsi Sayur dan Buah. *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 34-42.
- Murwanti, S., & Pratiwi, A. P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.
- Nyarmiati, & Astuti, R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati). *Diponegoro Journal of Management*.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). 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. *Jurnal Manajemen Diponegoro*.
- Ramadhan, S., & Mulyaningsih, H. (2022). Analisis Pengaruh E-Service Quality terhadap Reprchase Intention dengan E-Satisfication sebagai Variabel Intervening. *Bandung Conference Series: Business and Management*.
- Rangkuti, F. (2011). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, R., & Aksa, M. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Riduwan, & Kuncoro, E. (2014). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Rosenstock, I. M. (1974). Historical origins of the Health Belief Model. . *Health Education Monographs*, 328–335.
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2007). *Service, Quality and Satisfication*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Top Brand Award. (2023, August 1). *Top Brand Index*. Retrieved from <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Total Buah Segar. (2023, Agustus). *About Total Buah Segar*. Retrieved from <https://totalbuah.id/about/>
- Tumpal, H. (2012). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Analisis Manajemen*.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang pada konsumen Hypermart. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Yulianti, N., Suprapti, N., & Yasa, N. (2014). Pengaruh Citra Toko terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang pada Circle K di Kota Ddenpasar. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Zaida, A. (2021). Impact of Covid-19 Pandemic on Food Consumption in Indonesia. *Muhammadiyah International Public Health and Medicine Proceeding*.