



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 8902-8912

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Coffe Thirdbid Di Kabupaten Pati

Afan Lutfi Ananta<sup>1✉</sup>, M Fajar Dharmaputra<sup>2</sup>, Ratih Hesty Utami<sup>3</sup>

(1) Jurusan Manajemen, Universitas PGRI Semarang

(2) Manajemen, Universitas PGRI Semarang

(3) Manajemen, Universitas PGRI Semarang

Email : [afanlutfi766@gmail.com](mailto:afanlutfi766@gmail.com)

### Abstrak

Skripsi ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Populasi yang digunakan pada penelitian adalah pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah dan sampel yang digunakan adalah sebesar 230 pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah pada penelitian ini menggunakan cara Smart PLS dengan menunjukkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan sebesar (0,579), ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan variasi menu dapat dijelaskan melalui variabel kepuasan pelanggan sebesar 57,9% (kategori moderate). Nilai R-Square variabel keputusan pembelian sebesar (0,655), hal tersebut menunjukkan bahwa kekuatan variabel kualitas pelayanan dan variasi menu dapat dijelaskan melalui variabel Keputusan Pembelian sebesar 65,5%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Keputusan Pembelian Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.

### Abstract

This study aims to determine the influence of the influence of service quality and menu variations on customer purchasing decisions with customer satisfaction as an intervening variable of Thirdbid Coffe Pati Central Java". The population used in the study was customers of Thirdbid Coffe Pati Central Java and the sample used was 230 customers of Thirdbid Coffe Pati Central Java using purposive sampling. Data analysis in the study using Smart PLS software version 4.0. The results of this study show that Customer Satisfaction is (0.579), it proves that the strength of service quality variables and menu variations can be explained through customer satisfaction variables of 57.9% (moderate category). The R-Square value of the purchase decision variable is (0.655), this shows that the strength of the service quality variable and menu variation can be explained through the Purchase Decision variable of 65.5%

Keywords: Service Quality, Menu Variety, Customer Purchase Decisions and Customer Satisfaction.

### PENDAHULUAN

Pada dasarnya perkembangan café cukup pesat di Indonesia, dimana kota-kota pelajar dan industry yang memiliki SDM suka mengobrol di tempat yang asik, suasana yang bagus dan kenyamanan saat berkomunikasi itulah yang membuat tempat café maju di Indonesia. Salah satunya Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Dalam terakhir ini Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah mengalami penurunan penjualan yang berdampak kurang baik bagi Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Dalam hal ini karyawan perlu adanya pola pikir yang lebih maju untuk meningkatkan penjualan kembali. Dalam terakhir ini Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah mengalami penurunan penjualan yang berdampak kurang baik bagi Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Dalam hal ini karyawan perlu adanya pola pikir yang lebih maju untuk meningkatkan penjualan kembali.

Untuk mengetahui penyebab yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah, dapat dilihat perkembangan dari Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah bagaimana persepsi harga, keragaman menu dan layanannya terhadap keputusan pembelian pelanggan. Berikut adalah data omset penjualan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah selama 4 bulan trakhir 2023:

Tabel 1.1

## Data Omset Penjualan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah 2023

Bulan	Omset Penjualan per Bulan
Mei	Rp 27.342.000,-
Juni	Rp 22.938.000,-
Juli	Rp 25.674.000,-
Agustus	Rp 23.640.000,-
September	Rp 19.826.000,-

Sumber: Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah 2023

Berlandaskan tabel 1.1 di atas, bisa dipahami kalau omset penjualan di Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah 2023 dari bulan mei 2023 sampai dengan bulan September 2023 mengalami fluktuasi atau mengalami naik turun. Pada bulan Juni terjadi penurunan sebesar Rp 4.404.000 rupiah. Di bulan Juli omset penjualan meningkat Rp 2.736.000,- . Setelah terjadinya penurunan, di bulan Agustus dan September sebesar 2.034.000 dan 3.814.000-. Di bulan terakhir yaitu bulan September omset penjualan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah 2023 mengalami penurunan yang cukup drastis. Adapun data jumlah pembeli sebagai penguat permasalahan yang terjadi pada Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah 2023 sebagai berikut:

Tabel 1.2

## Data Jumlah Pembeli Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah 2023

Bulan	Jumlah Pembeli
Mei	693 orang
Juni	551 orang
Juli	637 orang
Agustus	601 orang
September	539 orang

Sumber: Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah 2023

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pembeli dari bulan Mei 2023 sampai dengan bulan September 2023 mengalami naik turunnya akan tetapi mayoritas mengalami penurunann di bulan Juni ke Juli mengalami kenaikan. Dengan hal ini omset penjualan memiliki hubungan dengan jumlah pembeli. Guna mempertahankan konsumen dan peningkatan penjualan menjadi stabil, Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah hendaknya menyajikan bergamam menu (*menu variety*) yang baik serta kualitas pelayanan yang semestinya diberikan kepada konsumen. Faktor salah satunya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada

Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah adalah kualitas pelayanan dan variasi menu dengan melalui kepuasan pelanggan

Pada dasarnya ada beberapa penelitian terdahulu dari variabel yang diteliti, yaitu penelitian terdahulu yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen" oleh (Sholikah et al., 2020) dengan hasil mutu pelayanan tidak mempengaruhi variabel kepuasan konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh pemilik toko, pelayanan yang sigap, penampilan pegawai yang menarik tidak berpengaruh variabel kepuasan konsumen, dengan diteliti kepada (Wawan, 2017) kalau mutu pelayanan tidak terdapat mempengaruhi pada kepuasan pelanggan, sebab pelayanan yang kurang cocok belum penuh persepsi serta kriteria yang di idamkan oleh pelanggan.

## METODE PENELITIAN

Pada riset ini memakai tipe riset kuantitatif, pada dasarnya riset kuantitatif gambaran variabel yang ada kejadian saat penelitian yang berupa angka yang didapatkan melalui kuesioner, Hal ini didasarkan fenomena penelitian yang memiliki informasi valid yang didapatkan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk pengujian hipotesis yang memiliki pengaruh atau tidak setiap variabel. Penelitian kuantitatif yang dimana memiliki penelitian yang perencanaan dan struktur yang jelas.

Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

Populasi

Populasi ialah suatu subjek ataupun objek yang terdapat ciri serta mutu tertentu pada tiap riset yang bisa ditarik kesimpulan (Sugiyono 2016:61). Populasi pada riset ini ialah 539 pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah

Sampel

Sampel secara sederhana merupakan jumlah dari karakteristik yang ada pada populasi (Hardani et al., 2020). Berdasarkan responden pada riset ini sudah disesuaikan menjadi 230 pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.

Teknik Pengambilan Sampel

Pada riset ini memakai metode *purposive sampling* yang memiliki Karakteristik pada riset ini yakni:

1. Pembelian di Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah > Rp. 50.000
2. Pembelian di Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah berusia > 17 Tahun.
3. Pelanggan > 1x datang di Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah

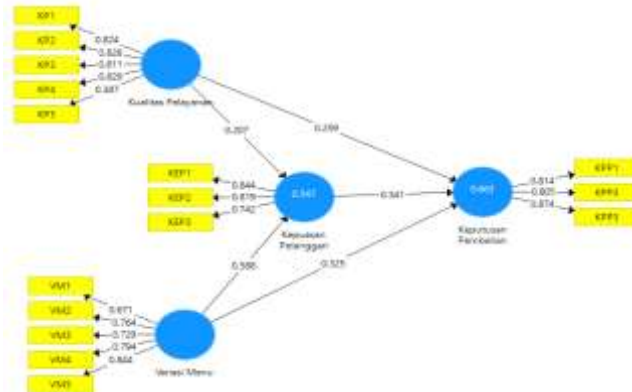
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

*Outer Model* (Evaluasi Model Pengukuran)

Hasil uji validitas konvergen dapat dipahami dengan nilai *outer loading* serta pada nilai AVE. Tingkat validitas nilai outer loading adalah  $> 0,7$ . Sedangkan nilai AVE bisa di bilang valid jika lebih dari 0,5 ( $>0,5$ ) (Andreas Wijaya, 2019:101).

Gambar 4.1 Hasil Model Pengukuran



Sumber: Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.0 (2024).

Dengan adanya penilaian pada uji validitas dapat memahami nilai AVE yang akan di jelaskan dibawah ini :

:

Tabel 4.1 *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	Nilai AVE	Ket.
Kualitas Pelayanan (X1)	0,572	Valid
Variasi Menu (X2)	0,582	Valid
Kepuasan Pelanggan (Z)	0,645	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	0,692	Valid

Sumber: Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.0 (2024).

Pada tabel 4. 1 diatas, Dengan ini bisa di amati seluruh penanda dinyatakan valid ataupun penuh standar validasi dengan nilai AVE diatas 0,5 ( $> 0,5$ ) (Andreas Wijaya 2019:101).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan buat mengukur konsistensi responden dalam menanggapi item persoalan dalam kuesioner. Uji reliabilitas memakai 2 tata cara, ialah composite reliability serta *cronbach's alpha*. Pada pengukuran ini bisa memandang nilai composite reliability wajib  $> 0,7$  walaupun  $> 0,6$  masih dapat diterima dan nilai *cronbach's alpha* ialah  $> 0,7$  walaupun  $> 0,6$  masih bisa diterima. Penjelasan bisa dipahami ditabel dibawah ini:

Tabel 4.2 *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket.
Kualitas Pelayanan (X1)	0,792	Reliabel
Variasi Menu (X2)	0,826	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Z)	0,729	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,777	Reliabel

Sumber: Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.0 (2024).

Pada tabel 4.2 memperlihatkan semua indikator memiliki hasil reliabel yang artinya dapat memenuhi standar uji. Perihal tersebut dibuktikan dengan nilai cronbach' s alpha pada masing-masing variabel diatas 0,7 (0,7). Pengujian reliabilitas instrumen riset analisis PLS- SEM bisa dilihat lewat uji *composite reliability*. Disajikan dalam tabel *composite reliability* berikut ini

Tabel 4.3 *Composite Reliability*

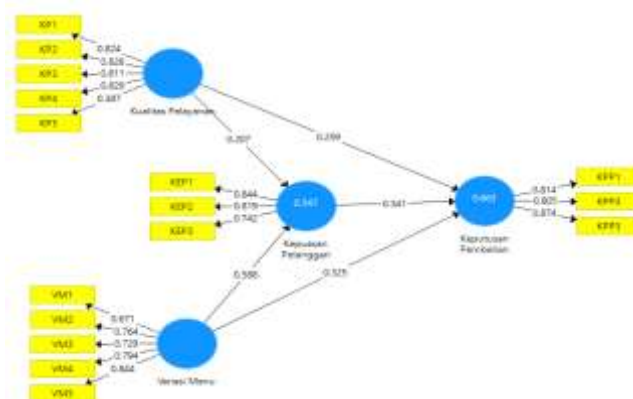
Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Ket.
Kualitas Pelayanan (X1)	0,863	Reliabel
Variasi Menu (X2)	0,874	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Z)	0,845	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,871	Reliabel

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.0 (2024).

Tabel 4.3 bisa dijelaskan bahwa indikator dapat memenuhi standar pengujian reliabilitas dengan nilai *composite reliability* > 0,7.

### Hasil Analisis Data Struktural (*Inner Model*)

*Inner Model Partial Least Square analysis* bisa dipahami lewat nilai *R-Square* dan uji *path coefficient*.



Gambar 4.2 *Inner Model* (Hasil Evaluasi Model Struktural)

Sumber: Data primer telah diolah SmartPLS 4.0 (2024).

### Uji *Path Coefficient*

Pada pengujian *path coefficient* dapat melihat hal yang memiliki pengaruh yang kuat pada variabel eksogen pada variabel endogen. Pada hipotesis ini guna memahami apakah hipotesis penelitian memiliki pengaruh atau tidak pada nilai *P-Value*  $<0,05$  dan *T- Statistics*  $1,96>$ .

### Uji Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Tabel 4.4  
P-Value serta T- Statistics (*Direct Effect*)

Variabel	T-Statistik	P-Value (Nilai Sig)
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	2.173	0.030
Variasi Menu → Kepuasan Pelanggan	9.528	0.000
Kualitas Pelayanan → Keputusan Pembelian	3.228	0.001
Variasi Menu → Keputusan Pembelian	4.254	0.000
Kepuasan Pelanggan → Keputusan Pembelian	3.751	0.000

Sumber: Data primer yang diolah SmartPLS (2024)

Tabel 4.4 bisa melihat hipotesis yang memiliki nilai *P-Value*  $<0,05$  serta nilai *T-Statistic*  $1,96>$  pada (Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan), (Variasi Menu → Kepuasan Pelanggan), (Kualitas Pelayanan → Keputusan Pembelian), (Variasi Menu → Keputusan Pembelian) dan (Kepuasan Pelanggan → Keputusan Pembelian) yang artinya lima hipotesis diterima

### Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui hasil hipotesis penelitian ini dilakukan menggunakan perhitungan PLS. Dari perhitungan tersebut akan memperlihatkan hasil nilai *P-Value* setiap jalur ataupun hubungan. Hipotesis ini memakai pengujian *2-tailed* (dua arah). Hipotesis dapat dinyatakan diterima bila nilai *T-Statistic*  $1,96>$  serta nilai *P-Value*  $<0,05$ . Tabel dibawah ini merupakan uji hipotesis melalui uji *path coefficient* serta ditunjukkan nilai *P-Value*.

## Pembahasan

Berlandaskan hasil riset, maka pembahasan lebih lanjut dijelaskan dibawah ini:

Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.

Hasil riset ini melaporkan mutu pelayanan mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Pada nilai *P- value* pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah yakni sebesar  $0,030 < 0,05$  dan nilai *T-Statistic* sebesar  $2.173 > 1,96$  ang maksudnya hipotesis riset ini diterima. Hal ini sejalan dengan hasil riset Nafisa dan Sukresna (2018), Hocky, dkk (2020) serta sentara dan Bernarto (2022) yang melaporkan kalau mutu layanan mempengaruhi positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Variasi Menu berpengaruh pada kepuasan pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.

Hasil riset ini melaporkan Alterasi Menu mempengaruhi terhadap variabel kepuasan pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Pada nilai nilai *P- Value* pengaruh Alterasi Menu terhadap variabel kepuasan pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah yakni sebesar  $0,000 < 0.05$  dan nilai *T-Statistic* sebesar  $9.528 > 1,96$  yang maksudnya hipotesis riset ini diterima. Perihal ini cocok dengan hasil riset riset yang dicoba oleh (Ibrahim & Marijam, 2019), (Haron et al., 2020), (A & Syarif, 2020), (Nugroho & Astuti, 2021) lalu (Pio et al., 2022) dalam riset ini menampilkan hasil kalau mutu pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.

Hasil riset ini melaporkan mutu pelayanan mempengaruhi terhadap variabel Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Pada nilai *P- Value* pengaruh mutu pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah yakni sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai *T-Statistic* sebesar  $3.228 > 1,96$  yang maksudnya hipotesis riset ini diterima. Perihal ini didukung oleh riset, bagi Satria Mulia Chaerudin dan Afriapoll Syafarudin (2021) memperoleh hasil kalau mutu pelayanan teruji mempengaruhi positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan kesehatan.

Pengaruh Variasi Menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.

Hasil riset ini melaporkan Alterasi Menu mempengaruhi terhadap variabel Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Pada nilai *P-Value* pengaruh Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah yakni sebesar  $0,000 < 0,05$  serta nilai *T-Statistic* sebesar  $4.254 > 1,96$  Hasil riset ini melaporkan Alterasi Menu mempengaruhi terhadap variabel Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Pada nilai *P- Value* pengaruh

Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah yakni sebesar Putri Nur Arifiani dan Imelda Aprileny (2020) keragaman menu mempengaruhi keputusan pembelian

Pengaruh Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.

Hasil riset ini melaporkan Kepuasan Pelanggan mempengaruhi terhadap variabel Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Pada nilai *P-Value* pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah yakni sebesar  $0,000 < 0,05$  serta nilai *T-Statistic* sebesar  $3.751 > 1,96$  yang maksudnya hipotesis riset ini diterima. Perihal ini didukung oleh riset Abdullah et al. (2018) yang maksudnya hipotesis riset ini diterima. Perihal ini didukung oleh riset.

Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.

Hasil riset ini melaporkan mutu pelayanan tidak mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian lewat Kepuasan Pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Pada nilai *P-Value*  $0.064 > 0,05$ , serta nilai *T-Statistic*  $1.855 < 1,96$  yang maksudnya hipotesis riset ini ditolak. Perihal ini didukung oleh riset, bagi Putri Nur Arifiani dan Imelda Aprileny (2020) dalam risetnya kalau secara parsial serta simultan aspek harga serta mutu pelayanan tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian..

Pengaruh variasi menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.

Hasil riset ini melaporkan alterasi menu mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian lewat Kepuasan Pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah. Pada nilai *P-Value*  $0.001 < 0,05$ , serta nilai *T-Statistic*  $3.223 > 1,96$  yang maksudnya hipotesis riset ini diterima, Perihal ini didukung oleh riset, bagi Savira Bintang Camelia dan Sri Suryoko (2017) kalau keragaman menu serta harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Restoran D' Cost Seafood Semarang.

## SIMPULAN

Ada pula kesimpulan pada riset ini yang bisa dilihat kalau Pengaruh Kualitas Pelayanan Serta Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Selaku Variabel Intervening Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah, kesimpulan pada riset ini bisa dipaparkan yakni:

1. Penelitian ini memiliki hasil bahwa variabel Kualitas Layanan mempunyai dampak positif pada Kepuasan Pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah

2. Penelitian ini memiliki hasil bahwa variabel Variasi Menu mempunyai dampak positif pada Kepuasan Pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.
3. Penelitian ini memiliki hasil bahwa variabel Kualitas Layanan mempunyai dampak positif pada Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah
4. Penelitian ini memiliki hasil bahwa variabel Variasi Menu mempunyai dampak positif pada Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.
5. Penelitian ini memiliki hasil bahwa variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai dampak positif pada Keputusan Pembelian Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah
6. Penelitian ini memiliki hasil bahwa variabel Kualitas Layanan tidak mempunyai dampak pada Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah
7. Penelitian ini memiliki hasil bahwa variabel Variasi Menu mempunyai dampak positif pada Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andika, P. R., Sijabat, R., & Indriasari, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga , Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online ( Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Semarang).
- Angga, P. W., Qomariah, N., & Izzuddin, A. (2019). Pengaruh Cita Rasa, Keragaman Menu, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Solo Talangsari Jember. *Jurnal*,(2), 1-9.
- Boonlertvanich, K. (2019). Service quality, satisfaction, trust, and loyalty: the moderating role of main-bank and wealth status. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 278–302. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018- 0021>
- Cahyo, A. N., Hufron, M., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Warung Ketan Ibu'e Amik Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. *EJRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(23).
- Ghozali, I. (2021). Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.29
- Ibrahim, M., & Marijam, T. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan MNC Vision. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, No.1, 175–182
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100.
- Putri, K. A. S., Vania, A., & Fikriah, N. L. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Ukm

Kharisma Sejahtera. *Journal Industrial Engineering & Management Research*, 1(2), 140–152

Taufiq, M., Samsualam, & Batara, A. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Andi Makkasar Parepare. *Journal of Muslim Community Health (JMCH)*, 3(1), 83–92