

## Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada WIB COFFEE & EATERY Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali

Asnita Menggilona<sup>\*1</sup>, Sri Wanti<sup>2</sup>  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako<sup>1,2</sup>  
 \*e-mail: [ayaa89013@gmail.com](mailto:ayaa89013@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian kembali pada WIB COFFEE & EATERY di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah melakukan Pembelian Kembali pada WIB COFFEE & EATERY. Teknik pengambilan sampel, yaitu teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan dan kepercayaan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kembali WIB COFFEE & EATERY Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Nilai R Square atau koefisien determinasi memiliki nilai sebesar 0,720 yang artinya pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada WIB COFFEE & EATERY adalah sebesar 72,0% sedangkan 28,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian Kembali namun tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** Kepuasan; Kepercayaan; Keputusan Pembelian Kembali; Konsumen WIB COFFEE & EATERY.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of satisfaction and trust on repurchase decisions at WIB COFFEE & EATERY in Bungku Tengah District, Morowali Regency. The population in this study were all people who had made a Repurchase at WIB COFFEE & EATERY. The sampling technique was purposive sampling. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the variables of satisfaction and trust simultaneously have a significant effect on the Repurchase Decision at WIB COFFEE & EATERY in Bungku Tengah District, Morowali Regency. The R Square value or coefficient of determination has a value of 0.720, which means that the influence of satisfaction and trust on the Repurchase Decision at WIB COFFEE & EATERY is 72.0% while 28.0% is influenced by other factors that can influence the Repurchase decision but are not included in this study.*

**Keywords :** Satisfaction; Trust; Repurchase Decision; WIB COFFEE & EATERY Consumers

### PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini semakin banyak di temui berbagai tempat tempat unik yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman. Tempat itu biasa disebut dengan “Cafe”. Pemenuhan kebutuhan makanan generasi masa kini juga menjadi salah satu bagian dari gaya hidup, tidak heran sangat sering di jumpai konsumen yang berkunjung ke Cafe bukan hanya berniat untuk menikmati makanan dan minuman yang tersedia di Cafe itu tetapi ada tujuan lain seperti bertemu dengan rekan kerja atau hanya sekedar untuk bersantai saja. Maka dari itu, para pemilik Cafe perlu memunculkan inovasi-inovasi baru yang sesuai dengan perkembangan zaman masa kini dan memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan *general exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* yang nyaman bagi setiap konsumen yang berkunjung.

Cafe merupakan bagian dari industri kuliner yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut Maulidi dalam Monique (2018) pengertian Cafe adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Cafe termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan sedikit alunan musik. Artinya tempat makan dan minum yang menyediakan

menu cepat dan sederhana serta menyediakan minuman ringan untuk orang yang santai dan menunggu sesuatu.

Fenomena menjamurnya bisnis kuliner ini berimbas di Kabupaten Morowali khususnya Kecamatan Bungku Tengah. Hal ini menandakan semakin bergairahnya pelaku usaha di Kecamatan Bungku Tengah untuk berinvestasi di bidang ini, perkembangan jenis usaha *Cafe* ini meningkat tiap tahunnya. Berikut adalah data *Cafe* yang ada di kecamatan bungku tengah:

**Tabel 1.** Data *Cafe* Dikecamatan Bungku Tengah

| No  | Nama <i>Café</i>              | Alamat <i>Café</i> |
|-----|-------------------------------|--------------------|
| 1.  | <i>WIB Coffee &amp; Eatry</i> | Bente              |
| 2.  | De Terrace Cafe and Resto     | Bahomohoni         |
| 3.  | My Soldadu Cafe & Resto       | Bente              |
| 4.  | Warkop Aweng                  | Bente              |
| 5.  | O'hara Coffee                 | Marsaoleh          |
| 6.  | Feel Coffee                   | Marsaoleh          |
| 7.  | Arobi                         | Bahomohoni         |
| 8.  | Bintang Coffee & Restaurant   | Bungi              |
| 9.  | Cafe Lemo                     | Marsaoleh          |
| 10. | Cafe Box                      | Bahomohoni         |
| 11. | Resto Bungku Beach Morowali   | Tofuti             |

Berdasarkan Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa terdapat beberapa jumlah usaha kuliner resmi yang ada di Kecamatan Bungku Tengah. Dilihat pada prospek kedepan dan semakin banyak *Cafe* yang belum terdaftar, dapat dikatakan persaingan bisnis *Cafe* ini akan semakin kompetitif, sehingga dapat menggeser pendapatan *Cafe* lainnya yang sudah terdaftar secara resmi. Banyaknya pelaku bisnis *Cafe* masa kini tentunya menyebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat antara satu dengan lainnya.

Untuk itu para pemilik bisnis *Cafe* perlu mengoptimalkan cita rasa serta memperhatikan *generalexterior, general interior, store layout* dan *interior display* yang baik bagi setiap konsumen yang berkunjung guna bertahan di dalam dunia persaingan bisnis. Begitu pula yang dilakukan pemilik *Cafe WIB COFFEE & EATERY* perlu disadari bahwa cita rasa pada makanan dapat menimbulkan kepuasan konsumen sehingga kepuasan nantinya berdampak pada perilaku pembelian konsumen, bila konsumen puas akan cita rasa pada makanan dan minuman maka akan menimbulkan keputusan pembelian kembali oleh konsumen, dengan ini pula menimbulkan kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian kembali.

Fenomena persaingan bisnis khususnya bisnis *cafe* yang ketat pada saat ini di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali membuat peneliti melakukan penelitian di *Cafe WIB*, selain fenomena tersebut rekomendasi melakukan pembelian di *Cafe WIB* dari konsumen dan kuantitas pembeli juga membuat peneliti ingin melakukan penelitian di *Cafe WIB*, dengan fenomena persaingan bisnis *Cafe* ini membuat pengusaha-pengusaha peka dengan fenomena tersebut, sehingga banyak diantara mereka membuka usaha-usaha baru seperti halnya *Cafe*, hal ini membuat konsumen dapat membeli menu-menu yang tersedia dan sesuai kebutuhan, keinginan, selera konsumen dan kemampuan finansial konsumen, dalam hal ini tentunya akan menjadi tantangan pemilik *Cafe* dalam meningkatkan kualitasnya sehingga nantinya timbul kepuasan dan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang. *Cafe WIB* mulai beroperasi pada tanggal 7 Juli 2023 yang terletak di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Banyaknya kompetitor tidak menjadi hambatan *Cafe WIB* untuk tetap menjaga eksistensinya, bahkan mampu berkembang sampai saat ini:

**Tabel 2.** Data Pendapatan *Cafe WIB* Bulan Januari - Juni 2024

| No     | Bulan    | Jumlah            |
|--------|----------|-------------------|
| 1.     | Januari  | Rp.82.500.000,00  |
| 2      | Februari | Rp.72.350.000,00  |
| 3.     | Maret    | Rp.150.000.000,00 |
| 4.     | April    | Rp.64.500.000,00  |
| 5.     | Mei      | Rp.98.000.000,00  |
| 6.     | Juni     | Rp.65.200.000,00  |
| Jumlah |          | Rp.532.550.000,00 |

Berdasarkan Tabel 2 di atas, terjadinya fluktuasi di setiap bulan. Permasalahan yang menyebabkan terjadinya hal ini adalah karena adanya situasi dimana pada bulan-bulan. Sesuai dengan hasil wawancara beberapa konsumen pada *Cafe WIB* di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali pada tanggal 12-15 Januari 2024 ditemukan beberapa tanggapan konsumen sesuai dengan variabel *general exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* sehingga konsumen melakukan pembelian ulang di *Cafe WIB* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Menurut AT sangat puas karena bagian depan *Cafe WIB* memberikan kesan yang menarik, sehingga saya tertarik untuk duduk-duduk santai di *Cafe* ini. Sedangkan menurut YT pencahayaan dan warna bagian dalam *Cafe WIB* sangat indah, *aesthetic* dan cocok untuk tempat berfoto.

Menurut DA tata letak meja dan kursi di dalam *Cafe WIB* terlihat rapi, sehingga saya nyaman untuk menunggu pesanan saya. Menurut LS memberikan tanggapan yang positif yaitu produk Manajemen *Cafe WIB* selalu memperhatikan suasana *Cafe* yang mencakup tentang *general exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*. Diberikan kepada konsumen yang berkunjung ke *Cafe WIB* di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Memberikan kenyamanan kepada konsumen saat menunggu pesanan makanan atau saat menikmati menu yang sudah dipesan, cepat tanggap dalam mengatasi keluhan dari konsumen dan membuat konsumen merasa sangat puas dengan apa yang telah diberikan oleh *Cafe WIB* yang membuat konsumen melakukan pembelian.

Menurut Alma (2016) menyatakan bahwa kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance* dan *expectation*. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Kepuasan pelanggan adalah kegiatan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan terpenuhinya kebutuhan dan keinginan tersebut muncul perasaan senang atau kecewa dari pelanggan tentang perbandingan kinerja dirasakan dengan yang diharapkan.

Menurut Dasgupta (dalam Rifa'i, 2019) kepercayaan adalah sikap untuk mempercayai individu, terutama pasangan dengan tingkatan tertentu yang saling berhubungan. Menurut Chang *et al.* (dalam Herliana *et al.*, 2021) kepercayaan merupakan hubungan timbal balik antara pemberi kepercayaan dan penerima kepercayaan yang dibentuk melalui interaksi satu sama lain. Kepercayaan merupakan dasar dalam membangun dan mempertahankan hubungan intrapersonal. Dari beberapa pengertian kepercayaan diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa kepercayaan adalah keyakinan atas apa yang diucapkan, sikap dan mempunyai keterampilan kejujuran untuk memenuhi harapan.

Keputusan pembelian kembali konsumen adalah keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Mengapa pembelian kembali membutuhkan keputusan? Karena akan terdapat beberapa pilihan alternatif lain, baik itu tidak membeli maupun malah membeli produk pesaing. Seperti yang diungkapkan oleh Schiffman & Kanuk (dalam Sangadji & Sopiah, 2016) bahwa keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik mengambil penelitian yang bertujuan mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian kembali pada *WIB COFFEE & EATERY* di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif dan kausal. Sugiyono (2019), penelitian deskriptif berisi tentang penjelasan terhadap variabel yang diteliti, melalui pendefinisian, uraian yang lengkap dan mendalam dari berbagai referensi, sehingga ruang lingkup, kedudukan dan prediksi terhadap hubungan antar variabel yang diteliti menjadi lebih jelas dan terarah. Sedangkan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat.

Lokasi Penelitian ini terletak pada *WIB COFFEE & EATERY* Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali waktu penelitian pada bulan Maret sampai dengan Juni 2025. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua masyarakat yang pernah melakukan pembelian kembali pada *WIB COFFEE & EATERY* Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali.

Sampel pada penelitian ini adalah konsumen pada *WIB COFFEE & EATERY* Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali yang pernah melakukan pembelian kembali. Teknik pertama yang digunakan dalam mengambil data sampel yang adalah non probability sampling yaitu sistem pengambilan sampel yang

tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

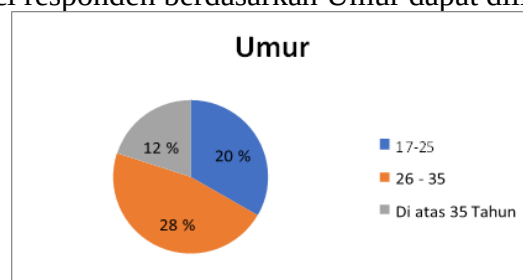
Data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner dan analisis menggunakan rumus yang disesuaikan dengan penelitian. Pengujian analisis data menggunakan SPSS versi 26. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koesioner. Pengujian reliabilitas merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang di layak untuk digunakan. Uji asumsi klasik ini digunakan dalam penelitian yang terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, dan heterokedastisitas.

Menurut Sugiyono (2019) Regresi linear berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen atau regresi linear berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Penerapan metode regresi linear berganda jumlah variabel yang digunakan lebih dari satu yang mempunyai satu variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel independent. Uji signifikan simultan (Uji-f) digunakan untuk melihat apakah variabel *independent* (Kepuasan dan Kepercayaan) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* (pembelian kembali). Sementara uji-t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial variabel *independent* (Kepuasan dan Kepercayaan) terhadap variabel *dependent* (pembelian kembali).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

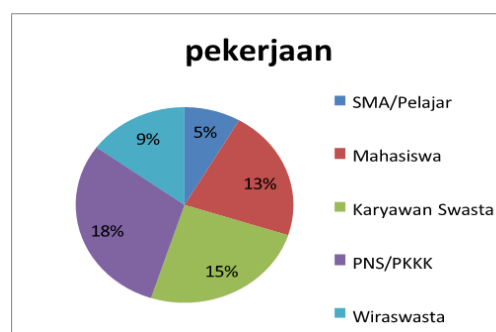
Pada bagian ini akan diuraikan karakteristik responden berdasarkan Umur yang diperoleh dari hasil survei yang dilakukan kepada 60 konsumen *WIB COFFEE & EATERY* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Secara rinci responden berdasarkan Umur dapat dilihat pada tabel berikut:



**Gambar 1.** Profil Responden Berdasarkan Umur

Gambar di atas menunjukkan bahwa dari 60 responden, yang tertinggi adalah responden yang berusia 26-35 tahun sebesar 28%. Kelompok usia ini merupakan kalangan dewasa produktif, yang umumnya memiliki aktivitas sosial dan ekonomi tinggi, serta daya beli yang relatif stabil. Hal ini menunjukkan sejalan dengan tren gaya hidup masa kini, di mana kafe tidak hanya menjadi tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi juga menjadi ruang sosial dan gaya hidup modern bagi generasi muda dan profesional muda di Kecamatan Bungku Tengah.

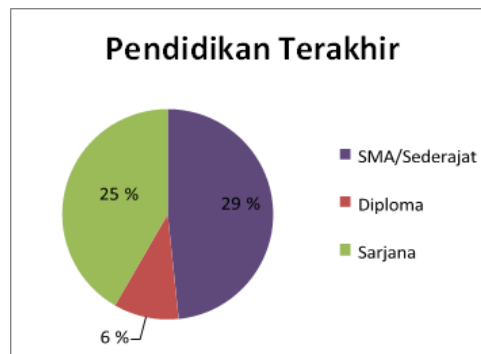
Pada bagian ini akan diuraikan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang diperoleh dari hasil survei yang dilakukan kepada 60 konsumen *WIB COFFEE & EATERY* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Secara rinci karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:



**Gambar 2.** Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar di atas menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah kelompok pekerjaan PNS/PKKK sebesar 18% dan diikuti kelompok tertinggi kedua yaitu pekerjaan Karyawan Swasta sebesar 15% dan selanjutnya kelompok mahasiswa sebesar 13%. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung *WIB COFFEE & EATERY* didominasi oleh kalangan produktif. Dominasi kelompok usia kerja dan pelajar ini menunjukkan bahwa *WIB COFFEE & EATERY* memiliki daya tarik yang kuat bagi segmen masyarakat aktif dan moderen yaitu mereka yang menjadikan kafe tidak hanya sebagai tempat makan dan minum, tetapi juga sebagai ruang sosial dan tempat aktivitas produktif. Selain itu letak *WIB COFFEE & EATERY* yang strategis dekat bumi perkantoran sehingga didominasi oleh PNS/PKKK dan Karyawan Swasta lainnya.

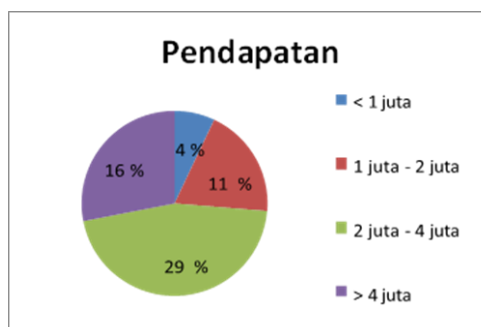
Pada bagian ini akan diuraikan karakteristik responden berdasarkan pendidikan yang diperoleh dari hasil survei yang dilakukan kepada 60 konsumen *WIB COFFEE & EATERY* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Secara rinci karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:



**Gambar 3.** Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Gambar di atas menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam kelompok pendidikan adalah dengan tingkat pendidikan adalah sarjana sebesar 25%, dan SMA/ sederajat sebesar 29%. Hal ini dikarenakan banyak pengunjung yang didominasi oleh mereka yang telah bekerja menjadi PNS/PKKK yang didasari latar belakang pendidikan yang tinggi.

Pada bagian ini akan diuraikan karakteristik responden berdasarkan Pendapatan yang diperoleh dari hasil survei yang dilakukan kepada 60 konsumen *WIB COFFEE & EATERY* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Secara rinci karakteristik responden berdasarkan status pernikahan dapat dilihat pada tabel berikut:



**Gambar 4.** Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

Gambar 4.10 di atas menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam kelompok pendapatan sebesar 2 juta samapai dengan 4 juta dengan besar persentase 29% dan tertinggi kedua yaitu di atas 4 juta sebesar 16%. Hal ini dipengaruhi oleh kelompok pekerjaan yang didominasi oleh PNS/PKKK dan Karyawan Swasta yang penghasilannya sebesar 2 Juta sampai 4 Juta.

Data ini menunjukkan bahwa pengunjung *WIB COFFEE & EATERY* didominasi oleh individu dengan pendapatan menengah hingga menengah atas, yang menandakan bahwa kafe ini berhasil menarik minat kelompok masyarakat dengan kemampuan ekonomi stabil. Hal ini juga mencerminkan bahwa harga dan kualitas produk yang ditawarkan oleh *WIB COFFEE & EATERY* dianggap sepadan dan terjangkau oleh sebagian besar konsumennya.

Sugiyono (2019) instrument dikatakan valid jika memiliki korelasi (*correlated item total correlated*)  $\geq 0,3$  sebaliknya jika koefisien korelasi  $\leq 0,3$  maka dikatakan tidak valid. Hasil uji validitas penelitian ini

dilakukan pada seluruh masyarakat Bungku Tengah yang melakukan pembelian Kembali pada *Feel Coffee* sebanyak 30 responden.

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas

| Variabel             | Item | Corrected Item-Total Correlation | Keterangan |
|----------------------|------|----------------------------------|------------|
| Kepuasan             | X1.1 | 0.912                            | Valid      |
|                      | X1.2 | 0.674                            | Valid      |
|                      | X1.3 | 0.912                            | Valid      |
|                      | X1.4 | 0.674                            | Valid      |
| Kepercayaan Konsumen | X2.1 | 0.847                            | Valid      |
|                      | X2.2 | 0.844                            | Valid      |
|                      | X2.3 | 0.696                            | Valid      |
|                      | X2.4 | 0.836                            | Valid      |
| Keputusan Pembelian  | Y1   | 0.721                            | Valid      |
|                      | Y2   | 0.463                            | Valid      |
|                      | Y3   | 0.870                            | Valid      |
|                      | Y4   | 0.823                            | Valid      |

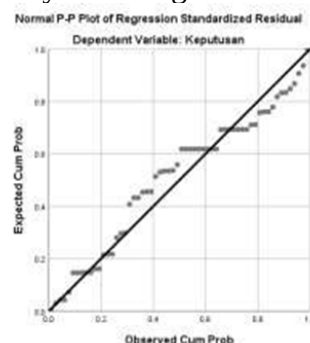
Berdasarkan Tabel hasil Uji Validitas di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Valid, hal ini bisa dilihat dari nilai masing-masing item pernyataan memiliki nilai *Corected Item Total Correlation* yang lebih besar dari 0,3.

**Tabel 4.** Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel                 | Cronbach 's Alpha | Keterangan |
|--------------------------|-------------------|------------|
| Kepuasan (X1)            | 0.806             | Reliabel   |
| Kepercayaan (X2)         | 0.799             | Reliabel   |
| Keputusan Pembelian (X3) | 0.715             | Reliabel   |

Berdasarkan dari Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel diatas telah reliabilitas karena keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60 sehingga layak digunakan untuk menjadi alat ukur instrument kuesioner dalam penelitian ini.

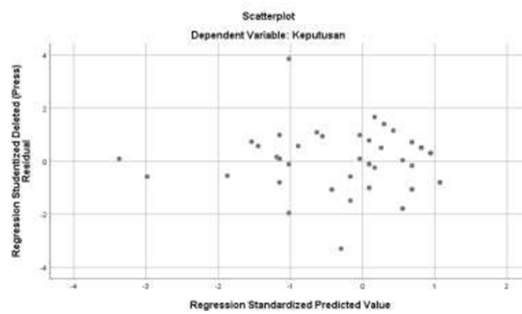
Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model linear berganda antara varabel bebas (independen), variabel terikat (dependen) atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas terdapat dalam grafik normal plot yaitu sebagai berikut:



**Gambar 5.** Hasil Uji Normalitas

Terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal dengan demikian, maka dapat disimpulkan data telah berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Untuk mengetahuinya dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dalam grafik, di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah distudentized.



Gambar 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dengan demikian dapat disimpulkan data diatas memenuhi asumsi homogenitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel    | Collinearity Statistic |       | Keterangan              |
|-------------|------------------------|-------|-------------------------|
|             | Tolerance              | VIF   |                         |
| Kepuasan    | .914                   | 1.094 | Bebas multikolinearitas |
| Kepercayaan | .914                   | 1.094 | Bebas multikolinearitas |

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan nilai VIF yang terjadi semuanya dibawah angka 10 dan nilai *tolerance* variabel bebas diatas 10 %. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang diuji memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen yaitu variabel kepuasan (X1) dan kepercayaan (X2) dengan variabel dependen keputusan pembelian (Y), apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model                            |             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig.   |
|----------------------------------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|--------|
|                                  |             | B                           | Std. Error | Beta                      |        |        |
| 1                                | (Constant)  | .181                        | 1.597      |                           | .113   | .000   |
|                                  | Kepuasan    | .765                        | .073       | .765                      | 10.435 | .000   |
|                                  | Kepercayaan | .232                        | .082       | .207                      | 2.820  | .007   |
| a. Dependent Variable: Keputusan |             |                             |            |                           |        |        |
| Multiple R                       |             | = .849                      |            | Sig                       |        | = .000 |
| R Square ( R)                    |             | = .720                      |            | $\alpha$                  |        | = 0,05 |
| Adjusted R Square                |             | = .710                      |            |                           |        |        |

Persamaan Regresinya adalah:

$$Y = 1.181 + 0,765 X_1 + 0,232 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas, dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1.181 artinya jika variabel bukti kepuasan (X1) dan kepercayaan konsumen (X2) sebesar nol maka Keputusan Pembelian Kembali Pada *Wib Coffee & Eatery* Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali pada penelitian ini bernilai sebesar 1.181.
2. Variabel kepuasan (X1) dengan koefisien regresi sebesar 0,765 dengan arah positif, artinya jika ada perubahan pada variabel kepuasan maka Keputusan Pembelian Kembali Pada *Wib Coffee & Eatery* Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali akan berubah pula. Sebaliknya apabila variabel kepuasan menurun maka Keputusan Pembelian Kembali Pada *Wib Coffee & Eatery* Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali akan menurun.

3. Variabel kepercayaan konsumen (X2) dengan koefisien regresi sebesar 0,232 dengan arah positif, artinya jika ada perubahan pada variabel kepercayaan konsumen maka Keputusan Pembelian Kembali Pada *Wib Coffee & Eatery* Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali akan berubah pula. Apabila kepercayaan konsumen menurun maka Keputusan Pembelian Kembali Pada *Wib Coffee & Eatery* Di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali akan menurun.

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui nilai signifikansi dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependent adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan (X1) dan Kepercayaan (X2) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil uji t yang ditunjukkan pada tabel 6 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan koefisien regresi dengan uji t adalah sebagai berikut:

1. Variabel kepuasan (X1) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,000, sementara tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana  $\text{Sig} < \alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil tersebut yang menyatakan bahwa variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *WIB Coffee & Eatery* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali.
2. Variabel kepercayaan konsumen (X2) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,007, sementara tingkat signifikansi sebesar 0,007 dimana  $\text{Sig} < \alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil tersebut yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *WIB Coffee & Eatery* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali.

## Pembahasan

### Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Wib Coffee & Eatery* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *WIB Coffee & Eatery* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Hasil yang diperoleh berdasarkan uji statistik menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan dan menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di *WIB Coffee & Eatery*. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan serta semakin besar kepercayaan mereka terhadap cafe, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian dan bahkan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Secara umum, pelanggan *WIB Coffee & Eatery* merasa puas terhadap berbagai aspek yang ditawarkan cafe, seperti kualitas menu makanan dan minuman, pelayanan yang ramah dan cepat, serta suasana tempat yang nyaman untuk bersantai maupun bekerja. Kepuasan yang dirasakan pelanggan ini terbentuk karena pengalaman positif yang mereka alami selama berkunjung, baik dari segi rasa produk yang konsisten, keramahan karyawan, maupun kebersihan lingkungan cafe. Pengalaman tersebut membuat pelanggan merasa bahwa cafe ini mampu memenuhi bahkan melampaui harapan mereka, sehingga menumbuhkan niat untuk kembali berkunjung dan melakukan pembelian ulang.

Selain kepuasan, faktor kepercayaan juga memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Pelanggan menilai bahwa *WIB Coffee & Eatery* memiliki integritas yang baik, jujur dalam bertransaksi, serta bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan. Kepercayaan ini tumbuh karena cafe mampu menjaga reputasi positif di mata pelanggan, selalu memberikan produk sesuai dengan yang dijanjikan, dan cepat tanggap terhadap keluhan yang mungkin muncul. Dengan adanya kepercayaan tersebut, pelanggan merasa aman dan yakin untuk terus memilih produk dari cafe ini dibandingkan dengan kompetitor lain.

Fenomena yang diuraikan pada bagian latar belakang menunjukkan bahwa perkembangan bisnis kuliner di Kecamatan Bungku Tengah, Kabupaten Morowali, berlangsung pesat dengan hadirnya berbagai cafe baru seperti De Terrace, My Soldadu, dan lainnya. Persaingan yang ketat menuntut setiap pelaku usaha, termasuk *WIB Coffee & Eatery*, untuk menjaga kepuasan dan kepercayaan pelanggan agar tetap bertahan.

Fenomena tersebut diperkuat oleh hasil observasi dan wawancara yang menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan menilai suasana cafe nyaman, pelayanan cepat, dan karyawan bersikap ramah. Selain itu, konsumen menaruh kepercayaan karena *WIB Coffee & Eatery* ini memiliki reputasi baik, menjaga kualitas

rasa minuman dan makanan, serta selalu menepati janji pelayanan. Kondisi ini menunjukkan adanya hubungan nyata antara kepuasan, kepercayaan, dan keputusan pembelian pada pelanggan *WIB Coffee & Eatery*.

Namun demikian, kepercayaan juga berperan penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang antara café dan pelanggan. Pelanggan yang percaya terhadap reputasi dan tanggung jawab *WIB Coffee & Eatery* akan cenderung melakukan pembelian ulang meskipun terdapat banyak pilihan kompetitor. Dengan kata lain, kepuasan membangun pengalaman positif dalam jangka pendek, sementara kepercayaan memperkuat loyalitas jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap evaluasi pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan terjadi ketika kinerja produk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, yang selanjutnya memengaruhi keputusan pembelian.

Selain itu, teori Mowen dan Minor (2018) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan pelanggan bahwa penjual mampu memberikan apa yang dijanjikan secara konsisten. Kepercayaan akan membentuk loyalitas dan mengurangi persepsi risiko dalam melakukan pembelian.

Penelitian ini juga di perkuat oleh temuan Mukuan dkk. (2023), Anim & Indiani (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada bisnis kuliner. Dimana hasil penelitian terhadap variabel kepuasan & kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kembali.

### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan Pada Café Wib Coffee & Eatery Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali**

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keberhasilan suatu usaha di bidang kuliner, termasuk pada *WIB Coffee & Eatery*. Berdasarkan hasil penelitian, tingkat kepuasan pelanggan di café ini berada dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh pihak manajemen *WIB Coffee & Eatery*.

Kepuasan pelanggan di Café *WIB Coffee & Eatery* tercermin dari beberapa aspek utama, yaitu menu makanan, menu minuman, pelayanan, dan harga. Konsumen merasa bahwa menu makanan yang disajikan memiliki cita rasa yang sesuai dengan selera mereka, serta disajikan dalam kondisi yang menarik dan higienis. Selain itu, variasi menu minuman yang beragam dan memiliki rasa yang khas menjadi salah satu daya tarik utama *WIB Coffee & Eatery* ini. Fenomena ini sejalan dengan hasil observasi di lapangan yang menunjukkan bahwa banyak pelanggan kembali datang untuk menikmati minuman khas *WIB Coffee & Eatery*, seperti kopi lokal racikan sendiri dan berbagai jenis minuman estetik yang sesuai dengan selera generasi muda.

Berdasarkan indikator pelayanan yang diberikan di *WIB Coffee & Eatery* dengan yang termasuk dalam kategori sangat baik mengindikasikan bahwa pelanggan merasa puas karena karyawan café bersikap ramah, tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, serta mampu memberikan pelayanan dengan cepat dan sopan. Pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, sehingga mereka merasa dihargai dan nyaman ketika berada di *WIB Coffee & Eatery* tersebut. Hal ini selaras dengan hasil wawancara konsumen yang menyatakan bahwa suasana *WIB Coffee & Eatery* terasa hangat dan menyenangkan, serta stafnya responsif terhadap permintaan atau keluhan pelanggan.

Selain itu, indikator harga yang ditetapkan di *WIB Coffee & Eatery* dengan nilai yang menunjukkan predikat sangat baik juga menjadi salah satu faktor yang memberikan kontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sebagian besar konsumen menilai bahwa harga yang ditetapkan di *WIB Coffee & Eatery* sepadan dengan kualitas rasa dan pelayanan yang mereka terima. Dengan demikian, pelanggan merasa mendapatkan nilai yang layak dari setiap transaksi yang dilakukan. Faktor harga yang terjangkau bagi berbagai kalangan, mulai dari mahasiswa hingga pekerja kantoran, menjadi alasan mengapa *WIB Coffee & Eatery* ini tetap ramai meskipun menghadapi banyak kompetitor di wilayah Kecamatan Bungku Tengah.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan juga tidak terlepas dari faktor lingkungan dan suasana *WIB Coffee & Eatery*. Berdasarkan fenomena pada latar belakang, konsumen saat ini tidak hanya datang ke café

untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga untuk bersantai, bertemu rekan kerja, atau sekadar mencari tempat yang nyaman dan estetik. *WIB Coffee & Eatery* berhasil memenuhi kebutuhan tersebut melalui penataan interior yang menarik, pencahayaan yang hangat, serta kebersihan ruangan yang terjaga dan konsep *outdoor* yang sangat *modern* dan dilengkapi dengan *live music* yang kekinian.

Kondisi ini sesuai dengan tanggapan konsumen yang menyebutkan bahwa suasana *WIB Coffee & Eatery* terasa nyaman, estetis, dan cocok untuk berfoto, sehingga meningkatkan kepuasan dan minat mereka untuk kembali berkunjung.

Kepuasan pelanggan yang tinggi terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang di *WIB Coffee & Eatery* ini. Ketika konsumen merasa puas terhadap pengalaman mereka, muncul dorongan untuk kembali membeli produk yang sama di masa mendatang. Hal ini juga memperkuat kepercayaan mereka terhadap merek *WIB Coffee & Eatery*. Sebaliknya, apabila kepuasan menurun, maka kemungkinan konsumen berpindah ke *café* lain akan semakin besar, terlebih di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat di Bungku Tengah.

Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung konsep yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari evaluasi terhadap pengalaman konsumsi, di mana kinerja produk atau jasa yang diterima sesuai atau melebihi harapan konsumen. Dalam konteks ini, *WIB Coffee & Eatery* mampu memberikan pengalaman yang sesuai bahkan melampaui harapan pelanggan, baik melalui rasa produk, pelayanan, maupun suasana tempat.

Selain itu, temuan ini juga konsisten dengan beberapa hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rosarin (2021), Mukuan dkk (2023) dimana hasil penelitian menunjukkan variabel kepuasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kembali. Hal ini sejalan dengan kondisi di *WIB Coffee & Eatery*, di mana cita rasa dan kualitas menu yang baik turut membentuk kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan di *Café WIB Coffee & Eatery* berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Kepuasan tersebut tidak hanya muncul dari cita rasa makanan dan minuman yang berkualitas, tetapi juga dari pelayanan yang ramah, suasana yang nyaman, serta harga yang sesuai dengan kemampuan dan harapan pelanggan. Oleh karena itu, pihak manajemen perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas setiap aspek yang memengaruhi kepuasan pelanggan agar loyalitas konsumen dapat terus terpelihara di tengah persaingan bisnis *café* yang semakin kompetitif di Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali.

### **Pengaruh kepercayaan pelanggan pada *Café Wib Coffee & Eatery* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di *Café WIB Coffee & Eatery*. Kepercayaan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan apakah seorang konsumen bersedia untuk membeli dan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk atau jasa. Dalam konteks bisnis kuliner seperti *Café WIB Coffee & Eatery*, kepercayaan pelanggan tidak hanya terbentuk dari kualitas produk yang konsisten, tetapi juga dari integritas, kejujuran, serta reputasi yang baik yang dimiliki oleh usaha tersebut.

Melihat indikator dengan nilai tertinggi pada variabel kepercayaan yaitu Penjual menunjukkan kejujuran dalam setiap transaksi di *WIB Coffee & Eatery*, Kepercayaan konsumen di *WIB Coffee & Eatery* terbentuk melalui pengalaman positif yang mereka rasakan selama berkunjung. Konsumen menilai bahwa pihak *café* selalu menunjukkan kejujuran dalam setiap transaksi, baik dalam hal harga, penyajian produk, maupun pelayanan. Tidak ditemukan adanya perbedaan antara produk yang ditawarkan dengan produk yang diterima, sehingga pelanggan merasa aman dan yakin untuk melakukan pembelian. Sikap jujur dan transparan ini menjadi modal penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara *café* dan pelanggan.

Selain itu, melalui indikator dengan nilai mean tertinggi kedua yaitu perusahaan memiliki reputasi yang baik di *WIB Coffee & Eatery*, mengindikasikan tanggung jawab yang ditunjukkan pihak *café* juga berperan dalam menumbuhkan rasa percaya. Pegawai *café* dinilai sigap dalam menangani pesanan, memperbaiki kesalahan, dan menanggapi keluhan dengan cepat serta sopan. Hal ini menciptakan kesan bahwa *café* tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga peduli terhadap kepuasan dan kenyamanan

pelanggan. Rasa tanggung jawab tersebut menjadi bukti nyata bahwa manajemen memiliki komitmen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Kepercayaan juga dipengaruhi oleh reputasi positif yang dimiliki *WIB Coffee & Eatery* di kalangan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa konsumen menyebutkan bahwa mereka mengenal café ini melalui rekomendasi teman atau ulasan positif di media sosial. Reputasi yang baik membuat pelanggan baru merasa yakin untuk mencoba, dan pelanggan lama semakin loyal terhadap produk yang ditawarkan. Dengan demikian, reputasi berperan sebagai faktor psikologis yang memperkuat kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian.

Fenomena ini sejalan dengan kondisi persaingan bisnis café di Kecamatan Bungku Tengah yang semakin ketat. Banyak café baru bermunculan dengan berbagai konsep dan daya tarik masing-masing. Dalam situasi seperti ini, kepercayaan menjadi pembeda penting yang dapat membuat pelanggan tetap memilih satu tempat tertentu. *WIB Coffee & Eatery* mampu mempertahankan posisinya dengan membangun hubungan berbasis kepercayaan bukan hanya melalui rasa makanan dan minuman, tetapi juga melalui konsistensi dalam pelayanan, tanggung jawab terhadap pelanggan, serta sikap profesional dalam mengelola usaha.

Dari sisi teoritis, menurut Kotler dan Keller (2016), kepercayaan pelanggan adalah keyakinan yang dimiliki konsumen terhadap keandalan dan integritas penyedia jasa atau produk. Konsumen yang mempercayai suatu merek atau perusahaan akan merasa aman dalam melakukan transaksi, karena mereka yakin bahwa produk atau layanan yang diberikan akan memenuhi harapannya. Hal ini terlihat pada *WIB Coffee & Eatery*, di mana pelanggan menilai pihak pengelola café jujur dalam transaksi, bertanggung jawab terhadap barang atau pesanan pelanggan, serta memiliki reputasi baik di mata masyarakat. Keadaan ini membuat konsumen merasa nyaman dan yakin untuk terus memilih *WIB Coffee & Eatery* tersebut. Penelitian ini sejalan dengan temuan Khairiza Azri dkk (2025), dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian kembali.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepuasan dan kepercayaan konsumen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kembali pada *WIB Coffee & Eatery* Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. Secara parsial, kepuasan konsumen terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali, yang menunjukkan bahwa pengalaman positif pelanggan dalam menikmati produk maupun layanan menjadi determinan utama dalam mendorong loyalitas perilaku. Selain itu, kepercayaan konsumen juga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali, yang mengindikasikan bahwa persepsi mengenai integritas, konsistensi kualitas, serta kredibilitas usaha berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan.

Sejalan dengan temuan tersebut, beberapa rekomendasi strategis dapat diajukan. *WIB Coffee & Eatery* disarankan untuk terus meningkatkan kualitas serta variasi menu makanan dan minuman guna mempertahankan daya tarik dan memenuhi preferensi pelanggan yang dinamis. Selain itu, perlu adanya penguatan sistem tanggung jawab dan transparansi pelayanan, misalnya melalui penyusunan prosedur standar penanganan barang tertinggal pelanggan serta penyediaan papan informasi "lost and found" sebagai bentuk komitmen dalam menjaga kepercayaan dan kenyamanan konsumen. Lebih lanjut, perusahaan perlu secara berkelanjutan meningkatkan kualitas produk dan layanan serta menciptakan diferensiasi yang unik agar mampu memperkuat kepuasan pelanggan dan mempertahankan preferensi mereka di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, H. and Nurwaini, S (2019). Uji Aktivitas Antijamur Gel Serbuk Lidah Buaya (*Aloe vera* L.) Berbasis Carbopol 934 Terhadap *Candida albicans* dan *Trichophyton mentagrophytes*. *Pharmakon: Jurnal Farmasi Indonesia*. 15(2):42–51.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

- Anim, A. & Indiani, N. L. P. (2020). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus pada Start Up Coffee Renon Denpasar)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 99–108.
- Fachreza, Y. K., & Devilia, S. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kepercayaan terhadap proses keputusan pembelian konsumen perusahaan konveksi *Inglorius Industries* di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 4(3), 731-738.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Meithiana (2019). *Pemasaran dan keputusan pelanggan*. Cetakan pertama surabaya:Unitomo press.
- Khairiza Azri, A., Yulasmi, & Awalul Khairi. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Café Mie Pedas Marapi, Lubuk Basung, Kabupaten Agam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* , 2(3), 1797–1803. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/2360>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Mukuan, K., Mandey, S. L., Tampenawas, J. L. A. (2023). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Rumah Makan Maji Ayam Geprek Cabang Jalan Bethesda Sario. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol. 11, No. 4. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51433>
- Rifa'i, Khamdan (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Edisi 1).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.