

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dan melibatkan variabel–variabel yang relevan berkaitan dengan Atribut Produk, Persepsi Nilai dan kualitas pelayanan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai variable intervening, dan mampu mengembangkan penelitian ini dengan variabel lain yang belum diteliti penulis. Dengan harapan hasil penelitian lebih akurat dan memiliki manfaat yang jauh lebih besar, sehingga perusahaan mampu meningkatkan minat beli ulang pada waktu-waktu berikutnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Iv, V., April, N., Dan, P. E., Nilai, P., & Priansa, D. J. (2016). *BERBELANJA ONLINE DI LAZADA*. IV(1), 117–124.
- Kualitas, P., Dan, P., Mulyana, A., Bisnis, P. M., Studi, P., Fakultas, M., & Siwalankerto, J. (2019). *KEPUASAN PELANGGAN*. 7(2).
- Luh, N., & Sari, P. (2015). *TERHADAP NIAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia . 4(7)*, 2095–2109.
- Minat, T., Ulang, B., Kepuasan, Y. M., Kasus, S., Konsumen, P., Goreng, A., & Cabang, N. (n.d.). *Prodi manajemen*. 115–127.
- Murwanti, S., & Surakarta, U. M. (2017). *TERHADAP MINAT BELI ULANG*

- JASA SERVICE MOTOR MEDIASI ( Studi Pada Bengkel Motor Ahas Cabang UMS ). 2007, 207–227.*
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. *Jurnal INTEKNA*, 14(2), 102–209.
- Pekalongan, D. I. K. (2016). *STUDI TENTANG MINAT BELI ULANG PRODUK TUPPERWARE*. XV(2), 119–129.
- Pt, P. R., & Ersepsi, A. T. E. P. (2017). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK MINUMAN SUPLEMEN MEREK " X "*. 2(1), 7–13.
- Rachma, N. (n.d.). *Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*. 113–131.
- Randang, W., Produk, K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (n.d.). *No Title*. 1(3), 701–709.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.

## LAMPIRAN

### KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, PERSEPSI NILAI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG MEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA OPPO MAHASISWA UNIVERSITAS PUTRA INDONESIA “YPTK” PADANG**

---

Kepada Yth:

Bapak / Ibu