

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS  
KUALITAS MAKANAN DAN HARGA TERHADAP NIAT  
BELI ULANG KONSUMEN DI RESTORAN GLOSIS**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**  
**Bianca Widjaja**  
**6031801044**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**  
**Terakreditasi oleh BAN-PT No.2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018**  
**BANDUNG**  
**2022**

**THE IMPACT OF CUSTOMER SATISFACTION ON  
FOOD QUALITY AND PRICE TOWARDS  
REPURCHASE INTENTION AT GLOSI RESTAURANT**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in  
Management

**By:**  
**Bianca Widjaja**  
**6031801044**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMICS**  
**PROGRAM IN MANAGEMENT**  
Accredited by **BAN-PT No.2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018**  
**BANDUNG**  
**2022**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS MAKANAN DAN  
HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN DI RESTORAN  
GLOSIS**

Oleh:

Bianca Widjaja


6031801044

Bandung, 25 Januari 2022

Ketua Program Sarjana Manajemen

  
Dr. Istharini, CMA

Pembimbing Skripsi,

  
Ivan Prasetya, S.E, M.S.M., M.Eng

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Bianca Widjaja  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 18 Februari 2000  
NPM : 6031801044  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS MAKANAN DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN DI RESTORAN GLOSIS**

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan:

Bapak Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 17 Januari 2022

Pembuat pernyataan :



(Bianca Widjaja)

## ABSTRAK

Restoran Glosis merupakan sebuah restoran yang telah ada sejak berpuluh-puluh tahun yang lalu. Walaupun terletak dalam lokasi yang strategis, dalam beberapa tahun terakhir penulis mendapati bahwa restoran Glosis yang terletak di cabang Bandung sepi pengunjung. Berdasarkan hasil *preliminary research*, hanya 12 dari 49 responden menjawab pasti bahwa mereka ingin mengunjungi ulang restoran Glosis. Penulis menemukan bahwa responden menilai kualitas makanan dan harga yang ditawarkan restoran Glosis kurang baik dibandingkan para pesaingnya. Hal ini penulis duga menyebabkan konsumen merasa tidak puas sehingga menyebabkan rendahnya niat beli ulang di Restoran Glosis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen atas kualitas makanan ( $X_1$ ), yang dalam konteks penelitian ini adalah makanan dan minuman, dan kepuasan konsumen atas harga ( $X_2$ ) terhadap niat beli ulang ( $Y$ ) di Restoran Glosis. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen atas *food quality* dan harga memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang di Restoran Glosis.

Penelitian ini termasuk ke dalam *applied research* dengan menggunakan metode deskriptif dan eksplanatori. Pengambilan data sampel dilakukan dengan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan kriteria responden yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian produk di Restoran Glosis. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 207 responden. Setelah data terkumpul, data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, *importance performance analysis*, dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen atas kualitas makanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap niat beli ulang ( $Y$ ) di restoran Glosis dengan nilai kontribusi sebesar 40.9%, sedangkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas dengan kualitas makanan maupun harga yang ditawarkan Restoran Glosis. Penulis menyarankan pihak Restoran Glosis untuk fokus memperbaiki faktor-faktor yang dianggap kurang baik oleh konsumen serta mempertahankan faktor-faktor lainnya yang sudah memiliki kinerja yang baik.

**Kata kunci:** kepuasan, kualitas makanan, harga, niat beli ulang, Restoran Glosis

## ABSTRACT

*Restaurant Glosis is a restaurant that has been around for decades. Even though it is located in a strategic location, in recent years the author has found that the Glosis restaurant, which is located in the Bandung branch, does not have many visitors. Based on the results of the preliminary research, only 12 out of 49 respondents answered with certainty that they would like to revisit the Glosis restaurant. The author found that respondents rated that the food quality and prices offered by the Glosis restaurant as less good than its competitors. The authors suspect that the factors cause the consumers to feel dissatisfied, thus causing low repurchase intentions at Gloss Restaurant.*

*The purpose of this study was to determine consumer satisfaction with food quality ( $X_1$ ), which in the context of this study is food and beverages, and consumer satisfaction with price ( $X_2$ ) on repurchase intentions ( $Y$ ) at Glosis Restaurant. In addition, the purpose of this study was to determine whether consumer satisfaction with food quality and price had a positive effect on repurchase intentions at Glosis Restaurant.*

*This research is included in applied research using descriptive and explanatory methods. Sampling of data was done by non-probability sampling, namely purposive sampling with the criteria of respondents who had visited and purchased products at Glosis Restaurant. Data was collected by distributing questionnaires to 207 respondents. After the data was collected, the data were analyzed using descriptive analysis, importance performance analysis, and multiple linear regression analysis.*

*The results showed that there was a positive and significant effect on consumer satisfaction with food quality ( $X_1$ ) and price ( $X_2$ ) on repurchase intentions ( $Y$ ) at Glosis restaurant with a contribution value of 40.9%, while the results of descriptive analysis showed that consumers were dissatisfied with the quality of the food and the prices offered by the Glosis Restaurant. The author suggests the Glosis Restaurant to focus on improving the factors that are considered unfavorable by consumers and maintain other factors that already have good performance.*

**Keywords:** *satisfaction, food quality, price, repurchase intention, Glosis restaurant*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan penulis kekuatan serta penyertaan untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen di Restoran Glosis”**. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Selama proses penyelesaian penelitian ini, penulis juga menyadari bahwa penulis memiliki banyak keterbatasan dan kendala. Namun berkat bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari banyak pihak, penulis akhirnya dapat mengatasi setiap hambatan yang ada. Maka dari itu, pada kesempatan ini, penulis dengan segenap hati ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Papa Akiong dan Mama Luciana selaku orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan doa maupun semangat dalam seluruh aspek kehidupan penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dan studi S1 dengan baik.
2. Kung-kung Ahie dan Popo Mei Ie yang senantiasa mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat dalam melakukan seluruh kegiatan studi yang dilaksanakan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 dengan baik.
3. Cici Jessica Widjaja selaku kakak perempuan penulis yang senantiasa mendukung serta memberikan semangat dan hiburan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membimbing penulis dari awal sampai akhir skripsi, memberikan arahan, masukan, revisi, dan selalu menjawab setiap pertanyaan sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu.

5. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku Ketua Program Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang selalu memberikan semangat serta ilmu-ilmu manajemen pemasaran selama penulis berada di bangku perkuliahan.
6. Ibu Regina Detty, SE., MM., dan Bapak Christian Wibisono, SE., MSM., selaku dosen wali penulis yang selalu membantu penulis dalam perencanaan pemilihan mata kuliah, bimbingan, dan banyak membantu penulis dalam hal FRS dan administrasi lainnya, serta memberikan saran dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen dan staf yang berada di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan ilmu dan membantu penulis selama masa perkuliahan.
8. Sherlen Febriane Kinsey, Catherine Melinda Wijaya, Richard Gunarto, dan Glenn Nathanael selaku sahabat penulis selama masa perkuliahan di UNPAR yang senantiasa memberikan dukungan, hiburan, serta bantuan selama penulis menjalani masa perkuliahan sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
9. Janice Devina, Hermione Phoebe, Febiola Kristi, Jessica Angelique, dan Sherlen Febriane Kinsey, selaku sahabat penulis sejak SMA yang selalu memberikan dukungan dan hiburan saat penulis menjalani masa perkuliahan.
10. Nicole Suhartanto, Devina Chandra, Marchia Tunggawijaya, Vanessa Angelina, Tiffany Adora, dan Sheryl Syamputri selaku sahabat penulis sejak SMP yang selalu memberikan dukungan dan hiburan saat penulis menjalani masa perkuliahan.
11. Arvan Davidi Setiadarma, Ryan Rivaldi, Rionaldi Budianto, dan Bertrand Tio Christopher selaku sahabat penulis yang selalu memberikan hiburan saat penulis menjalani masa akhir perkuliahan.
12. Seluruh keluarga besar Manajemen UNPAR Angkatan 2018 yang tidak dapat disebutkan satu per satu selaku teman seperjuangan yang telah bersama-sama menjalani masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini.



13. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu yang turut mendoakan, mendukung, dan membantu penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis berharap pembaca dapat memaklumi hal tersebut dan dengan kerendahan hati, penulis menerima segala bentuk saran dan kritikan berhubungan dengan penelitian ini.

Bandung, 17 Januari 2022



Bianca Widjaja

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Kerangka Pemikiran .....	15
1.6 Hipotesis .....	18
BAB 2.....	19
TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Restoran.....	19
2.2 Kualitas Makanan.....	22
2.3 Harga.....	31
2.4 Kepuasan Konsumen.....	34
2.5 Niat Beli Ulang.....	37
2.6 Hubungan antara Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang.....	52
2.7 <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i> .....	55
BAB 3.....	<u>57</u>
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	57
3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	57
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	58

3.4 Operasional Variabel .....	59
3.5 Pengukuran Variabel .....	65
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	67
3.7 Teknik Analisa Data .....	77
3.8 Objek Penelitian .....	85
3.9 Profil Responden .....	87
BAB 4.....	96
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	96
4.1 Analisa Deskriptif Variabel Kepuasan atas Kualitas Makanan.....	96
4.2 Analisis Niat Beli Ulang.....	131
4.3 Importance-Performance Analysis (IPA) .....	135
4.4 Analisis Kuantitatif Pengaruh Kepuasan Konsumen atas Kualitas Maka.....	140
BAB 5.....	152
KESIMPULAN DAN SARAN.....	152
5.1 Kesimpulan.....	152
5.2 Saran .....	154
DAFTAR PUSTAKA .....	154
LAMPIRAN 1 .....	164
LAMPIRAN 2.....	1755

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Mengenai Kualitas Makanan.....	26
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Mengenai Harga.....	32
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Mengenai Niat Beli Ulang.....	40
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Mengenai Hubungan Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang .....	60
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel $X_1$ : Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Makanan.....	60
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel $X_2$ : Kepuasan Konsumen Pada Harga .....	63
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Y: Niat Beli Ulang .....	64
Tabel 3.4 Skala Penilaian Tingkat Kepentingan Konsumen.....	66
Tabel 3.5 Skala Pengukuran Angket.....	66
Tabel 3.6 Skala Penilaian Niat Beli Ulang Konsumen.....	69
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan atas Kualitas Makanan .....	69
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan atas Harga.....	71
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja atas Kualitas Makanan.....	72
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja atas Harga .....	74
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas Niat Beli Ulang Konsumen .....	75
Tabel 3.12 Hasil Uji Realibilitas .....	76
Tabel 3.13_ Penilaian Kepuasan Konsumen.....	77
Tabel 3.14 Transformasi Nilai Kepuasan.....	78
Tabel 3.15 Interpretasi Rentang Skala .....	79
Tabel 3.16 Usia dan Jenis Kelamin Responden .....	87
Tabel 3.17 Pekerjaan Responden.....	88
Tabel 3.18 Rata-Rata Pengeluaran Responden (per Bulan).....	89
Tabel 3.19 Tabel Socioeconomic Status (SES).....	89
Tabel 3.20 Rata-Rata Responden Makan di Luar Rumah (per Bulan) .....	90

Tabel 3.21 Rata-Rata Responden Mengunjungi Restoran Western (per Bulan) .....	91
Tabel 3.22 Restoran Western yang Sering di Kunjungi di Bandung .....	92
Tabel 3.23 Transaksi per Orang dalam Satu Kali Transaksi di Western di Kota .....	92
Tabel 3.24 Kunjungan Responden ke Restoran Western di Kota Bandung .....	93
Tabel 3.25 Kunjungan Responden ke Restoran Glosis .....	94
Tabel 3.26 Kunjungan Terakhir ke Restoran Glosis .....	94
Tabel 4.1 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas atas <i>Kesesuaian Rasa Makanan terhadap Selera (Taste)</i> .....	97
Tabel 4.2 Tingkat Kepuasan Konsumen atas <i>Kesesuaian Rasa Makanan terhadap Selera Responden di Restoran Glosis (Taste)</i> .....	98
Tabel 4.3 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas <i>Konsistensi pada Rasa Makanan (Taste)</i> .....	99
Tabel 4.4 Tingkat Kepuasan Konsumen Atas <i>Konsistensi pada Rasa Makanan</i> .....	100
Tabel 4.5 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas <i>Kesegaran Bahan Makanan yang Digunakan (Freshness)</i> .....	101
Tabel 4.6 Tingkat Kepuasan Konsumen atas <i>Kesegaran Bahan Makanan yang Digunakan di Restoran Glosis (Freshness)</i> .....	102
Tabel 4.7 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas <i>Tekstur/Tingkat Kelembutan Makanan (Freshness)</i> .....	103
Tabel 4.8 Tingkat Kepuasan Konsumen atas <i>Tekstur/Tingkat Kelembutan pada Makanan di Restoran Glosis (Freshness)</i> .....	104
Tabel 4.9 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas <i>Penampilan dari Makanan yang Disajikan (Presentation)</i> .....	105
Tabel 4.10 Tingkat Kepuasan Konsumen atas <i>Penampilan dari Makanan yang Disajikan pada Restoran Glosis (Presentation)</i> .....	106
Tabel 4.11 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas <i>Kesesuaian Porsi Makanan yang Disajikan dengan Presentasinya pada Menu (Presentation)</i> .....	107

Tabel 4.12 Tingkat Kepuasan Konsumen atas Kesesuaian Porsi Makanan yang Disajikan dengan Presentasinya pada Menu di Restoran Glosis ( <i>Presentation</i> ).....	108
Tabel 4.13 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas Tingkat Kematangan Makanan ( <i>Well Cooked</i> ).....	109
Tabel 4.14 Tingkat Kepuasan Konsumen atas Tingkat Kematangan Makanan pada Restoran Glosis ( <i>Well Cooked</i> ) .....	110
Tabel 4.15 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas Kebersihan Makanan ( <i>Well Cooked</i> ) .....	111
Tabel 4.16 Tingkat Kepuasan Konsumen atas Kebersihan Makanan pada Restoran Glosis ( <i>Well Cooked</i> ).....	112
Tabel 4.17 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas Jumlah dan Variasi dari Menu yang Ditawarkan ( <i>Variety of</i> .....	113
Tabel 4.18 Tingkat Kepuasan Konsumen atas Jumlah dan Variasi dari Menu yang Ditawarkan pada Restoran Glosis ( <i>Variety of Food</i> ) .....	114
Tabel 4.19 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas Inovasi, Kreativitas, dan Ketersediaan Menu yang Menarik ( <i>Variety of Food</i> ).....	115
Tabel 4.20 Tingkat Kepuasan Konsumen atas Inovasi, Kreativitas, dan Ketersediaan Menu yang Menarik pada Restoran Glosis ( <i>Variety of Food</i> ) .....	116
Tabel 4.21 Kepuasan Konsumen atas Kualitas Makanan Secara Keseluruhan .....	117
Tabel 4.22 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas Harga Makanan dan Minuman.....	119
Tabel 4.23 Tingkat Kepuasan Konsumen atas Harga Makanan dan Minuman pada Restoran Glosis .....	120
Tabel 4.24 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas Kesesuaian Harga dengan Rasa Makanan dan Minuman .....	121
Tabel 4.25 Tingkat Kepuasan Konsumen atas <i>Kesesuaian Harga dengan Rasa Makanan dan Minuman pada Restoran Glosis</i> .....	122

Tabel 4.26 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas <i>Kesesuaian Harga dengan Porsi Makanan dan Minuman</i> .....	124
Tabel 4.27 Tingkat Kepuasan Konsumen atas Kesesuaian Harga dengan Porsi Makanan dan Minuman pada Restoran.....	125
Tabel 4.28 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas Kesesuaian Harga dengan Kesegaran Makanan dan Minuman.....	126
Tabel 4.29 Tingkat Kepuasan Konsumen atas Kesesuaian Harga dengan Kesegaran Makanan dan Minuman pada Restoran Glosis.....	127
Tabel 4.30 Ekspektasi Konsumen pada Restoran Western dan Kinerja Restoran Glosis atas Perbandingan Harga Makanan & Minuman yang Ditawarkan De...	128
Tabel 4.31 Tingkat Kepuasan Konsumen atas Perbandingan Harga Makanan & Minuman yang Ditawarkan oleh Restoran Glosis dengan Kompetitor...	129
Tabel 4.32 Kepuasan Konsumen atas Harga Secara Keseluruhan.....	130
Tabel 4.33 Tingkat Niat Untuk Mengunjungi Lagi Restoran Glosis dalam Waktu..	131
Tabel 4.34 Tingkat Niat Untuk Membeli Ulang Produk di Restoran Glosis Dibandingkan dengan Restoran Lain .....	132
Tabel 4.35 Tingkat Niat Untuk Menjadikan Restoran Glosis Sebagai Restoran Pertimbangan Pertama saat akan Membeli Makanan Western .....	132
Tabel 4.36 Tingkat Niat Untuk Membeli Ulang Produk di Restoran Glosis Walaupun Jaraknya Jauh dari Rumah .....	133
Tabel 4.37 Niat Beli Ulang Konsumen Secara Keseluruhan .....	134
Tabel 4.38 Koordinat Indikator.....	135
Tabel 4.39 Keterangan Hasil Pemetaan .....	137
Tabel 4.40 Hasil Uji Komogorov-Smirnov.....	140
Tabel 4.41 Hasil Uji Multikolinearitas.....	143
Tabel 4.42 Variables Entered/Removed .....	145
Tabel 4.43 Hasil Uji F.....	146
Tabel 4.44 Hasil Uji T.....	148
Tabel 4.45 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	150

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kondisi Restoran Glosis <i>Weekday</i> Sore Hari.....	3
Gambar 1.2 Kondisi Restoran Ayam Pangeran <i>Weekday</i> Sore Hari .....	3
Gambar 1.3 Kondisi Restoran Ayam Pangeran <i>Weekday</i> Sore Hari.....	4
Gambar 1.4 <i>Sirloin Steak</i> Restoran Glosis.....	5
Gambar 1.5 <i>Iced Lemon Tea</i> Restoran Glosis.....	5
Gambar 1.6 Review Rasa di Restoran Glosis .....	6
Gambar 1.7 Review Tingkat Kekenyalan Daging di Restoran Glosis.....	7
Gambar 1.8 Review Tingkat Kematangan Daging di Restoran Glosis.....	7
Gambar 1.9 Review Harga di Restoran Glosis .....	8
Gambar 1.10 Review Kesesuaian Harga dengan Rasa Makanan di Restoran Glosis...	8
Gambar 1.11 Review Rasa dan Harga di Restoran Glosis.....	9
Gambar 1.12 Niat Beli Ulang Responden terhadap Restoran Glosis .....	10
Gambar 1.13 Faktor yang Membuat Responden Ingin Mengunjungi Ulang Glosis...	11
Gambar 1.14 Faktor yang Membuat Responden Ragu Atau Tidak Ingin Men.....	12
Gambar 1.15 Model Konseptual.....	18
Gambar 2.1 Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	55
Gambar 3.1 Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	80
Gambar 3.2 Kriteria Uji T.....	84
Gambar 3.3 Logo Restoran Glosis.....	86
Gambar 3.4 Restoran Glosis di Bandung.....	86
Gambar 4.1 Review Konsumen Mengenai Kebersihan Makanan Restoran Glosis...	113
Gambar 4.2 Review Konsumen Mengenai Harga Makanan Restoran Glosis.....	123
Gambar 4.3 Hasil Pemetaan pada Kuadran <i>Importance-Performance Analysis</i> .....	136
Gambar 4.4 Distribusi Data Kuesioner .....	141
Gambar 4.5 Normal Probability Plot .....	142
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastistas.....	144



Gambar 4.7 Kriteria Uji T..... 148  
Gambar 4.8 Model Regresi Penelitian ..... 149

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pariwisata merupakan salah satu sektor prioritas pembangunan nasional yang telah ditetapkan oleh Presiden Joko Widodo melalui Nawa Cita. Data Kementerian Pariwisata 2018 menunjukkan, sejak 2013 sektor pariwisata menempati posisi keempat setelah minyak dan gas bumi, batubara, serta kelapa sawit sebagai penghasil devisa negara. Kota Bandung, sebagai salah satu kota yang dikelilingi pegunungan yang menyimpan banyak keindahan alam, juga memiliki berbagai macam destinasi wisata menarik mulai dari tempat kuliner sampai tempat rekreasi bisa ditemukan. Pada tahun 2017, Kementerian Pariwisata telah menetapkan Bandung sebagai kota destinasi wisata kuliner nasional bersama kota lainnya yakni Bali, Solo, Semarang dan Yogyakarta (Budhiman, 2017).

Dilansir dari website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, selain dikenal sebagai Paris Van Java dan Kota Kembang, Kota Bandung juga memiliki julukan sebagai The Most European City in The East Indies sampai Europe in The Tropen. Karena itu tidak mengherankan jika salah satu jenis makanan yang menjadi kegemaran masyarakat kota Bandung sejak dulu adalah makanan ala *western* atau Eropa seperti *steak*. Saat ini, ada beberapa restoran yang menyediakan *steak*, antara lain *Tizi*, *Pasadena*, *Karnivor*, dan *Glosis*.

*Glosis* sendiri pada awalnya merupakan sebuah toko hotdog kecil yang pertama kali didirikan pada tahun 1980-an oleh Irwan Effendy. Ketika toko hotdog ini berkembang, akhirnya *Glosis* menjadi sebuah restoran yang dibuat dengan konsep dan suasana Eropa Klasik serta menyediakan berbagai makanan *western* seperti *steak* dan sosis. Restoran ini memiliki 3 cabang di Jakarta dan setelah itu pemiliknya memutuskan untuk membuka cabang di Bandung yang berlokasi tepatnya di Jalan

Ciumbuleuit pada tahun 1984, sampai pada tahun 2015, Glosis berpindah ke lokasi baru di jalan Citarum sampai sekarang.

Sebagai salah satu restoran yang telah ada sejak berpuluh-puluh tahun yang lalu, Glosis sering disebut sebagai restoran yang legendaris dan banyak dikunjungi wisatawan saat berkunjung ke Kota Bandung. Walaupun begitu, dalam beberapa tahun terakhir, penulis mendapati bahwa restoran Glosis yang terletak di cabang Bandung ini tidak memiliki pengunjung sebanyak tahun-tahun sebelumnya. Karena itu, akhirnya penulis penulis memutuskan untuk mengunjungi lokasi dan melakukan pengamatan secara singkat.

Pada hari Rabu, 17 Maret 2021, penulis mengunjungi restoran Glosis di Jalan Citarum no.12 dan berdasarkan pengamatan singkat secara langsung, pada pukul 18.00, penulis menemukan 2 meja yang terisi oleh masing-masing 2 orang dan 5 orang. Hal ini sangat disayangkan karena kapasitas dari restoran Glosis sendiri ada sekitar 80 orang setelah dikurangi kapasitasnya sebanyak 50% karena aturan pemerintah mengenai protokol Covid-19. Sedangkan pada waktu yang sama, di restoran Ayam Pangeran yang berkonsep sama yaitu restoran keluarga dan terletak di seberang restoran Glosis terlihat jauh lebih ramai, dengan total 35 orang.

**Gambar 1.1**  
**Kondisi Restoran Glosis *Weekday* Sore Hari**



Sumber: Dokumentasi Penulis

**Gambar 1.2**  
**Kondisi Restoran Ayam Pangeran *Weekday* Sore Hari**



Sumber: Dokumentasi Penulis

**Gambar 1.3**  
**Kondisi Restoran Ayam Pangeran Weekday Sore Hari**



Sumber: Dokumentasi Penulis

Selanjutnya, penulis mengunjungi restoran Glosis pada hari Sabtu, 20 Maret 2021 untuk melakukan kunjungan secara langsung. Pada kunjungan kali ini, penulis berkunjung seorang diri dan memesan satu porsi Steak Sirloin serta satu Ice Lemon Tea. Selagi makan, penulis mengamati keadaan di restoran tersebut dan berikut adalah informasi yang bisa penulis dapatkan:

- Area parkir Restoran Glosis cukup besar sehingga pengunjung yang membawa kendaraan dapat dengan nyaman memarkirkan kendaraannya.
- Pencahayaan dan suasana di restoran Glosis bergaya Eropa Klasik.
- Pemberian menu oleh pelayan restoran memakan waktu sekitar 5 menit.
- Selama Covid, ruangan di sebelah kiri restoran ini ditutup sementara karena peraturan pemerintah mengenai kapasitas restoran yaitu 50%
- Meja makan dan kursi pada bagian dalam maupun luar ruangan terlihat cukup kotor dan bahkan ditemukan debu-debu yang menempel, terutama di ruangan bagian restoran ini yang ditutup sementara

- Jumlah pengunjung saat penulis masuk pertama kali pada pukul 19.00 adalah 4 orang dan bertambah 4 orang selama satu jam selanjutnya. Jumlah tersebut tidak termasuk penulis
- Penulis membayar satu porsi Steak Tenderloin dan Iced Lemon Tea dengan total harga Rp. 176,715.

**Gambar 1.4**

***Sirloin Steak Restoran Glosis***



Sumber: Dokumentasi Penulis

**Gambar 1.5**

***Iced Lemon Tea Restoran Glosis***



Sumber: Dokumentasi Penulis

Setelah melakukan pengamatan singkat secara langsung, penulis mencoba mencari tahu pendapat konsumen mengenai restoran Glosis di internet. Dari berbagai review yang ditulis oleh pengunjung restoran Glosis, penulis menemukan beberapa review di internet yang menunjukkan bahwa pelayanannya kurang baik, harga yang ditawarkan dianggap terlalu mahal, suasana yang kurang nyaman, dan rasa makanan yang sudah tidak seperti dulu. Sebuah halaman review restoran Glosis di Jalan Citarum Bandung menunjukkan nilai rata-rata 3,6 dari 5.

Setelah melakukan pengamatan singkat secara langsung, penulis mencoba mencari tahu pendapat konsumen mengenai restoran Glosis di internet. Dari berbagai review yang ditulis oleh pengunjung restoran Glosis, penulis menemukan beberapa review di internet yang menunjukkan bahwa pelayanannya kurang baik, harga yang ditawarkan dianggap terlalu mahal, suasana yang kurang nyaman, dan rasa makanan yang sudah tidak seperti dulu. Sebuah halaman review restoran Glosis di Jalan Citarum Bandung menunjukkan nilai rata-rata 3,6 dari 5.

**Gambar 1.6**  
**Review Rasa di Restoran Glosis**



Sumber: Pergikuliner.com

### Gambar 1.7

#### Review Tingkat Kekenyalan Daging di Restoran Glosis

 **Anastasia** Follow  
13 reviews • 4 Followers

★ ★ ★ ★ ★ 3.0 Sep 29, 2018

Tempat luas, enak buat kumpul2. Sayangnya, Steak tidak seenak dulu. Pesanan steak tidak sesuai dengan tingkat kematangan. Dagingnya pun keras.

Sumber: Zomato.com

### Gambar 1.8

#### Review Tingkat Kematangan Daging di Restoran Glosis

 **Shafira Octaviany** Follow  
1 reviews • 2 Followers

★ ★ ★ ★ ★ 4.0 10 months ago

Makanan yang disajikan sebenarnya enak, tapi ada beberapa poin tidak sesuai dengan yang dipesan. Saya memesan Grilled Sirloin Steak dengan tingkat kematangan well done, tapi saat disajikan ternyata medium well. Untuk pesanan lain yakni Beef Stroganoff, dagingnya lebih terasa seperti daging kambing daripada daging sapi. Kemudian ada beberapa menu minuman yang tidak ada saat dipesan, dan bahkan untuk dessert tidak ada sama sekali.



Sumber: Google Review Summary



### Gambar 1.9

#### Review Harga di Restoran Glosis

 **Dida Khrisna**  
3 reviews • 28 Followers Follow

★ ★ ★ ★ ★ 2.0 Nov 17, 2018

I think there is no place that pricey or cheap but it just worth it or not. And this place absolutely not worth spending the money. Gua makan dan nongkrong bersama 6 orang lainnya dan menghabiskan bill lebih dari 1,2 jt. Makan sop buntut yg porsinya juga ga banyak serta rasa biasa aja (dhpt is way more more more delicious). Temen gua order baked rice yg katanya juga lebih enak di nanys pav. Pelayannya pun ketika ditanya desert favoritnya apa cuman jawab "ya tergantung selera sih ka.." what deeeeeee..and last, am not going to revisit 😞

Sumber: Zomato.com

### Gambar 1.10

#### Review Kesesuaian Harga dengan Rasa Makanan di Restoran Glosis

 **vania levina**  
687 poin

★ ★ ★ ★ ★ setahun yang lalu

Harga agak tinggi dibanding dengan rasa dan kualitas. Banyak nyamuk, dan di beberapa area non smoking masih tercium bau asap rokok.

Sumber: Google Review Summary

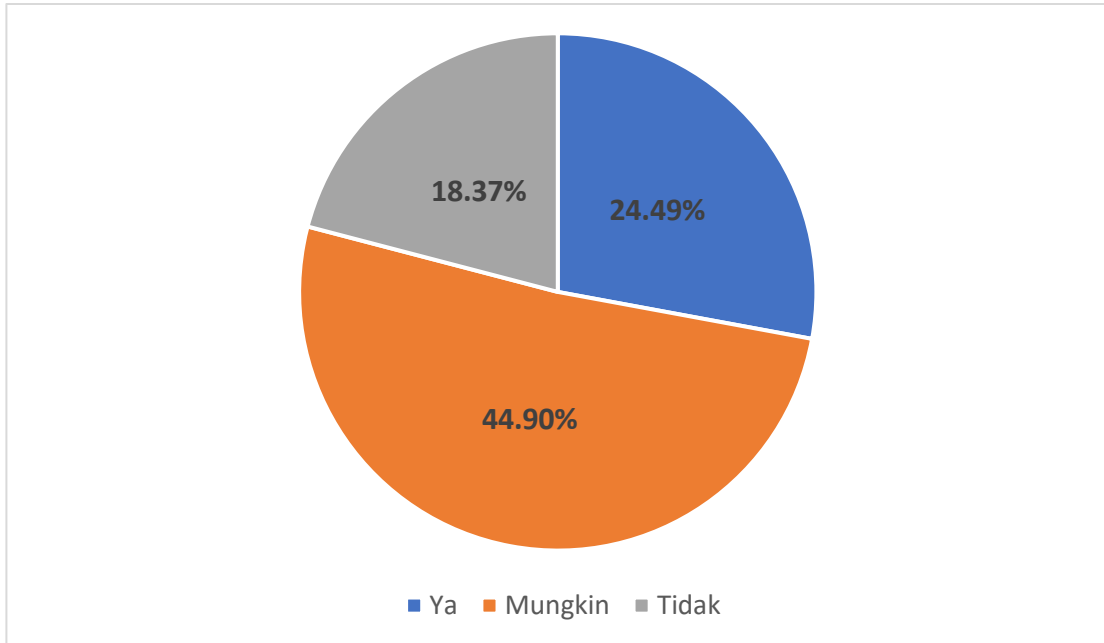
**Gambar 1.11**  
**Review Rasa dan Harga di Restoran Glosis**



Sumber: Pergikuliner.com

Melihat adanya berbagai review negatif yang ada di internet dan gejala atas rendahnya jumlah pengunjung restoran Glosis, akhirnya penulis melakukan *preliminary research* dengan cara mewawancarai 49 responden yang sudah pernah mengunjungi restoran Glosis. Responden tersebut terdiri dari orang-orang yang dikenal penulis dan orang-orang yang berada di restoran Glosis saat penulis sedang melakukan observasi. Berikut adalah informasi yang penulis dapatkan dari *preliminary research* yang sudah dilakukan mengenai niat kunjungan ulang responden terhadap restoran Glosis:

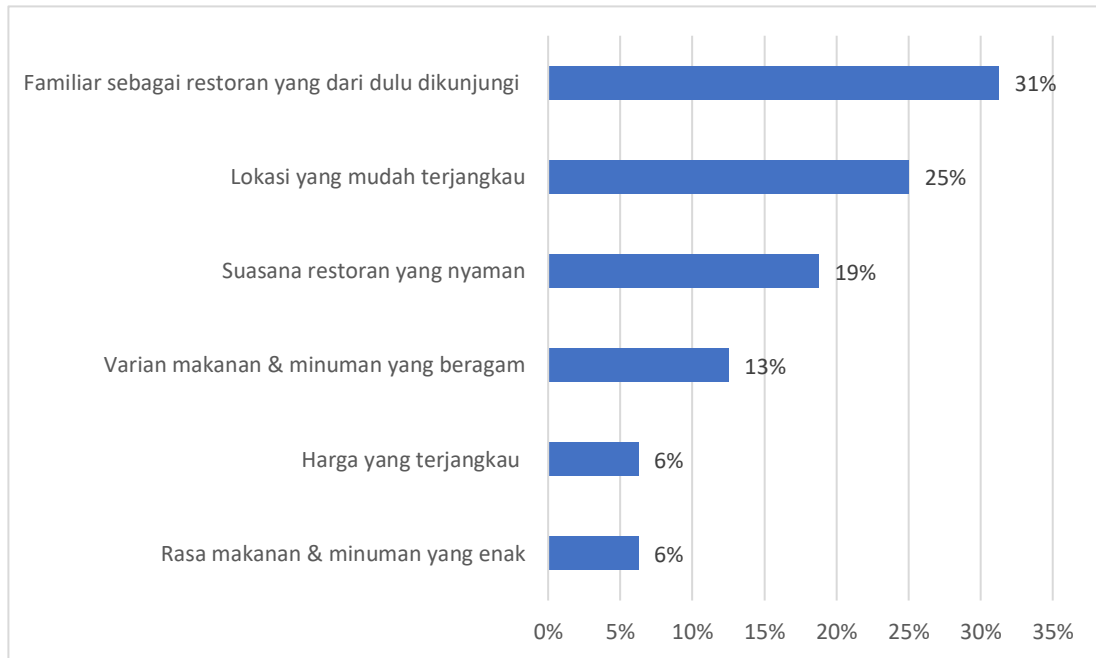
**Gambar 1.12**  
**Niat Beli Ulang Responden terhadap Restoran Glosis**



Kemudian, penulis melakukan wawancara lebih lanjut kepada responden mengenai faktor yang membuat responden memiliki niat untuk mengunjungi ulang ke Restoran Glosis (kepada 16 responden yang memiliki niat untuk melakukan kunjungan ulang ke Restoran Glosis) dan faktor yang membuat responden yang tidak ingin atau ragu untuk mengunjungi ulang Restoran Glosis (kepada 33 responden yang memiliki niat untuk melakukan kunjungan ulang ke Restoran Glosis).

**Gambar 1.13**

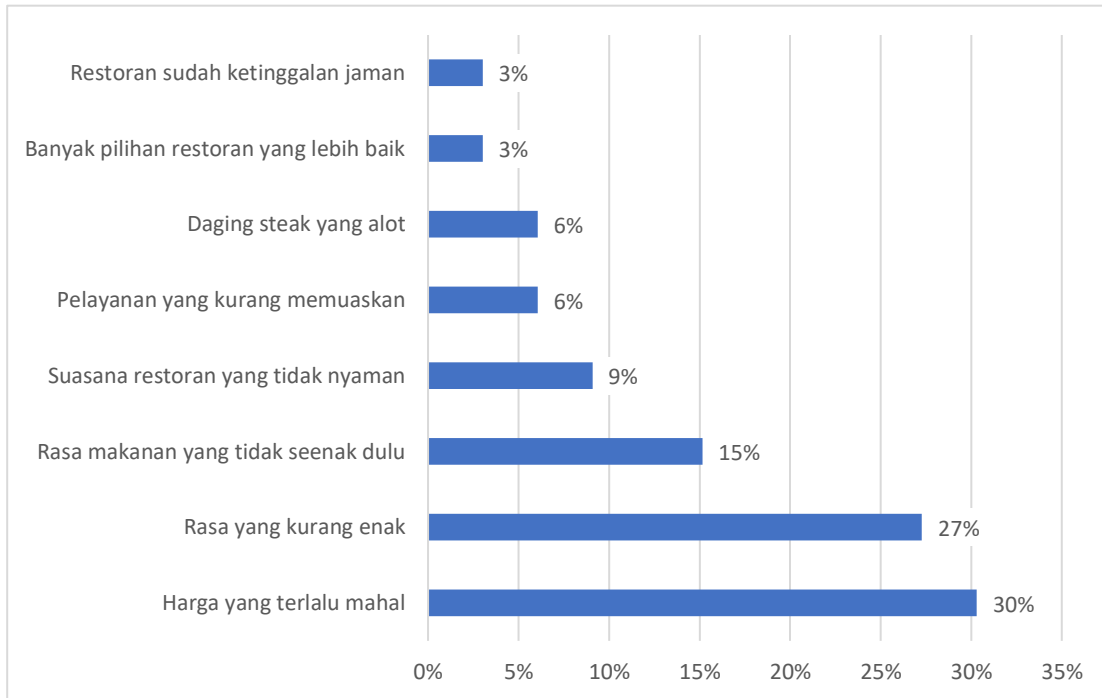
**Faktor yang Membuat Responden Ingin Mengunjungi Ulang Glosis**



Sumber: Hasil Pengolahan Data *Preliminary Research* oleh Penulis

Berdasarkan **Gambar 1.13**, penulis mendapatkan beberapa tanggapan positif mengenai restoran Glosis yang mayoritasnya adalah mengenai rasa familiar sebagai restoran yang dari dulu dikunjungi, yaitu 5 dari 16 tanggapan, dilanjutkan dengan lokasi yang mudah terjangkau dengan 4 dari 16 tanggapan, suasana restoran yang nyaman dengan 3 dari 16 tanggapan, varian makanan & minuman yang beragam dengan 2 dari 16 tanggapan, serta rasa makanan & minuman yang enak dan harga yang terjangkau dengan masing-masing 1 dari 16 tanggapan.

**Gambar 1.14**  
**Faktor yang Membuat Responden Ragu Atau Tidak Ingin Mengunjungi Ulang**  
**Restoran Glosis**



Sumber: Hasil Pengolahan Data *Preliminary Research* oleh Penulis

Berdasarkan **Gambar 1.14**, penulis juga mendapatkan beberapa pandangan negatif mengenai restoran Glosis yang mayoritas berpandangan negatif mengenai harga yang terlalu mahal dengan 10 dari 33 tanggapan. Setelah itu, pandangan negatif yang menjadi kedua terbanyak adalah mengenai rasa yang kurang enak dengan 9 dari 33 tanggapan, dilanjutkan dengan rasa makanan yang tidak seenak dulu dengan 5 dari 33 tanggapan, dan suasana restoran yang tidak nyaman dengan 3 dari 33 tanggapan.

Pandangan negatif yang lainnya adalah pelayanan yang kurang memuaskan dan daging steak yang alot dengan masing-masing 2 dari 33 tanggapan. Untuk pandangan negatif yang terakhir dengan jumlah terkecil adalah restoran yang

sudah ketinggalan jaman dan banyak pilihan restoran yang lebih baik dengan masing-masing 1 dari 33 tanggapan.

Karena itu, berdasarkan hasil *preliminary research* yang telah dijabarkan di atas, para responden masing-masing memiliki pandangan yang positif maupun negatif mengenai restoran Glosis. Meskipun ada cukup banyak pandangan positif, penulis tidak dapat mengabaikan gejala yang ditemukan dari hasil *preliminary research* yaitu sepiunya Restoran Glosis. Pendapat mayoritas responden perihal harga yang terlalu mahal dan rasa yang kurang enak menunjukkan adanya rasa ketidakpuasan konsumen terhadap harga serta kualitas makanan yang ada di Glosis. Karena itu, penulis tertarik untuk melakukan pengukuran kepuasan konsumen terhadap Restoran Glosis.

Menurut Tjiptono (2014), pengukuran kepuasan konsumen memiliki enam konsep inti, yaitu kepuasan pelanggan secara keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, kesediaan untuk merekomendasi, dan ketidakpuasan pelanggan. Di penelitian ini, penulis akan fokus kepada konsep inti yang keempat, yaitu niat beli ulang. Oleh karena itu berdasarkan gejala yang ditemukan, maka penelitian yang dilakukan penulis adalah ***“Pengaruh Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen di Restoran Glosis”***

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, berikut adalah rumus masalah penelitian:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen atas kualitas makanan di Restoran Glosis?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen atas harga di Restoran Glosis?
3. Bagaimana niat beli ulang konsumen di Restoran Glosis?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas makanan dan harga terhadap niat beli ulang konsumen di Restoran Glosis?

5. Apa saja faktor-faktor yang perlu menjadi prioritas Restoran Glosis berdasarkan kuadran *Importance-Performance Analysis*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan permasalahan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas kualitas makanan di Restoran Glosis.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas harga di Restoran Glosis.
3. Memahami niat beli ulang konsumen di Restoran Glosis.
4. Memahami pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas makanan dan harga terhadap niat beli ulang konsumen di Restoran Glosis.
5. Memahami faktor-faktor yang perlu menjadi prioritas bagi Restoran Glosis berdasarkan kuadran *Importance-Performance Analysis*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan evaluasi dan informasi tambahan mengenai produknya, sehingga dapat melakukan perbaikan dan peningkatan niat beli ulang perusahaan berikut.
2. Bagi penulis  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti karena dapat memperluas wawasan serta dapat menguji teori-teori yang diperoleh selama bangku perkuliahan tentang segala sesuatu yang mempengaruhi minat pembelian konsumen terhadap suatu produk, terutama harga produk dan kualitas pelayanan.

### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, serta dapat juga dijadikan acuan dan sumber informasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Powers, Barrows, dan Reynolds (2012), restoran berasal dari bahasa Perancis ‘*restaurer*’ yang berarti “*restorer of energy*” atau pengembalian energi. Istilah tersebut dipakai pada awal hingga pertengahan tahun 1700 untuk mendefinisikan tempat umum yang menjual sup dan roti. Namun, sekarang ini segala tempat umum yang menjual makanan dapat disebut restoran. Dalam pemilihan restoran oleh konsumennya, tentu ada banyak faktor yang mempengaruhi proses pemilihan keputusan pembelian. Faktor yang mungkin dipertimbangkan konsumen saat membuat keputusan pembelian adalah harga dan kualitas (Ingenbleek, 2015).

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) dalam arti yang sempit harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Andi (2015), harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen.

Penentuan harga sendiri dalam suatu perusahaan bisa menjadi hal yang rumit. Schiffman dan Kanuk (2013) menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap harga, apakah cenderung tinggi, rendah, atau normal dipengaruhi oleh intensitas pembelian dan kepuasan dalam pembelian tersebut. Penilaian harga suatu produk yang sama bisa dikatakan murah, biasa saja, bahkan mahal oleh masing-masing individu secara berbeda-beda, tergantung dengan individu dengan persepsi lingkungan dan kondisi kehidupannya. Apabila persepsi harga pada suatu produk yang sudah mencakup pelayanannya telah sesuai dengan harapan dan manfaat produk, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Sebaliknya apabila persepsi harga pada produk yang



sudah mencakup pelayanannya tidak sesuai dengan harapan dan manfaat produk, maka akan menimbulkan ketidakpuasan, sehingga dalam menentukan harga, perusahaan memerlukan kebijakan yang sesuai.

Selain harga, faktor lain yang bisa mempengaruhi konsumen saat membuat keputusan pembelian adalah kualitas makanan (*food quality*). Dalam sebuah restoran, menurut Margareta dan Edwin (2012), kualitas makanan merupakan peranan penting dalam pemutusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Definisi dari *food quality* sendiri menurut Potter dan Hotchkiss (2012) adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Kualitas makanan sendiri memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan menurut Dita (2010) sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran.

Dari faktor harga maupun *food quality*, keduanya bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan yang akhirnya bisa mendorong konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler (2016), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Tingkatan kepuasan dapat mengacu pada fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Misalnya kualitas makanan, harga dan lain sebagainya di bawah harapan, maka pelanggan akan tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan memberikan ungkapan rasa kepuasannya. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas dan mereka akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan tersebut.

Dari teori tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pada dasarnya merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh para pelanggan, baik dalam bentuk harga, kualitas makanan, dan lain-lain yang secara langsung dapat memberi kepuasan kepada mereka. Apabila suatu harapan tersebut tidak terpenuhi sesuai dengan

kebutuhannya, tidak menutup kemungkinan pelanggan akan mencari produk lain dan bahkan bisa menjatuhkan citra perusahaan.

Indikator dari kepuasan konsumen menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014) terdiri dari :

1. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen

2. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait

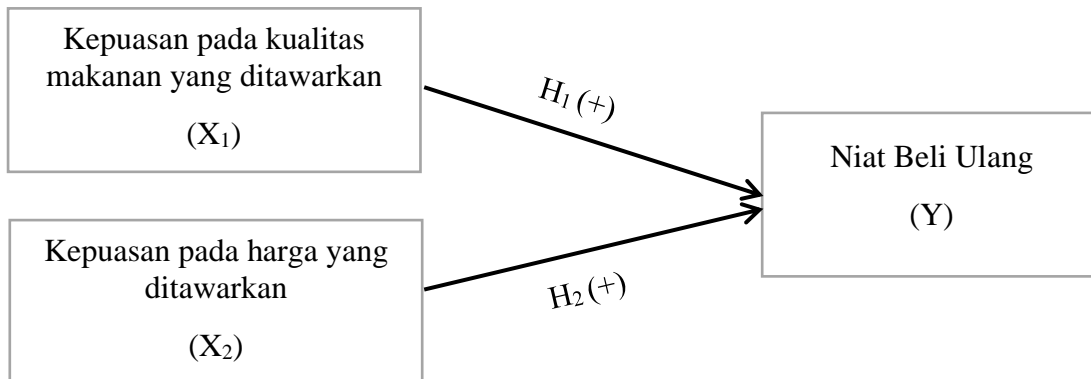
3. Kesiediaan Merekomendasi

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Maka berdasarkan *preliminary research* yang dilakukan oleh penulis, penulis menduga bahwa mahalnya harga yang ditawarkan oleh restoran Glosis membuat konsumen tidak ingin membeli ulang produk dari Glosis. Selain itu, kualitas makanan yang dimiliki oleh Glosis juga kurang enak karena beberapa konsumen merasa kurang puas dengan rasa makanannya dan daging *steak* yang alot. Akibatnya, konsumen tidak memiliki niat beli ulang yang tinggi terhadap makanan dan minuman di Glosis. Jika konsumen merasa Glosis memberikan harga yang lebih terjangkau dan menyediakan makanan dengan kualitas yang baik, maka konsumen akan merasa puas dan tanpa ragu konsumen akan melakukan pembelian ulang produk dari Glosis. Jadi dapat dikatakan bahwa semakin terjangkau harga yang ditawarkan dan semakin baik kualitas makanan suatu cafe atau restoran, maka konsumen akan semakin puas dan semakin berani untuk membuat keputusan pembelian ulang di tempat tersebut

## Model Konseptual

**Gambar 1.15**  
**Gambar Model Konseptual**



Sumber: Hasil Olah Penulis

### 1.6 Hipotesis

H<sub>1</sub> : Semakin tinggi kepuasan konsumen pada kualitas makanan yang ditawarkan Glosis, maka semakin tinggi niat beli ulang konsumen

H<sub>2</sub> : Semakin tinggi kepuasan konsumen pada harga yang ditawarkan Glosis, maka semakin tinggi niat beli ulang konsumen

