

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA CAFE TERRAZZO  
KITCHEN AND COFFEE**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen

**Oleh:  
Clarisa Irene Montana  
6031801188**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN PT/Akred/S/VII/2018**

**BANDUNG**

**2022**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE  
TOWARDS REPURCHASE INTENTION AT TERRAZZO'S  
KITCHEN AND COFFEE**



**UNDERGRADUATE THESIS**

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

**By:  
Clarisa Irene Montana  
6031801188**

**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 KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA**  
**TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA CAFE TERRAZZO**  
**KITCHEN AND COFFEE**

Oleh:

Clarisa Irene Montana  
6031801188

Jakarta, 13 Februari 2022  
Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA

Pembimbing Skripsi,

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CM

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Clarisa Irene Montana  
Tempat. Tanggal lahir : Jakarta, 09 December 2000  
NPM : 6031801188  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA CAFE TERRAZZO KITCHEN AND COFFEE**

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan: Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA

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 kesarjanaan.

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

Jakarta,

Dinyatakan tanggal 18 Januari 2022

Pembuat pernyataan:



(Clarisa Irene Montana)

## ABSTRAK

Terrazzo Kitchen and Coffee adalah sebuah *café* yang menawarkan berbagai makanan (*asian, western*), minuman hingga hidangan penutup sekaligus. Kafe Terrazzo Kitchen and Coffee terletak di Kelapa Gading dan sudah berdiri sejak tahun 2019. Salah satu keunikan yang ingin dibawakan *café* ini adalah *ambience* dan dekor-dekor yang menarik. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti lebih dalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap niat beli ulang.

Metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory* dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dimana responden merupakan orang-orang yang secara kebetulan dijumpai peneliti di *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli ulang. Berdasarkan hasil penelitian ini, *Café Terrazzo Kitchen and Coffee* diharapkan dapat menyediakan *valet parking service* untuk kedepannya dan juga bekerja sama dengan bank-bank tertentu agar dapat memberikan potongan harga / *promotion* kepada konsumen karena kualitas pelayanan dan harga dapat berpengaruh terhadap niat beli ulang.

**Kata kunci** : Kualitas pelayanan, harga, niat beli ulang, Terrazzo Kitchen

## **ABSTRACT**

*Terrazzo Kitchen and Coffee is a café that offers a variety of food (asian, western), drinks to dessert at the same time. Café Terrazzo Kitchen and Coffee is located in Kelapa Gading and has been around since 2019. One of the unique things that this café wants to bring is the atmosphere and attractive decorations. Therefore, the purpose of this study is to further examine the effect of service quality and price on repurchase intentions.*

*The research method used is explanatory by collecting data through observation, interviews, literature studies, and questionnaires distributed to 100 respondents. The sampling technique in this study used non-probability sampling with the purposive sampling method in which the respondents were people the researchers met by chance at Café Terrazzo Kitchen and Coffee. The data analysis technique used is multiple linear regression.*

*The results of this study indicate that service quality and price have a significant effect on repurchase intentions. Based on the results of this study, Café Terrazzo Kitchen and Coffee is expected to provide valet parking service in the future and also cooperate with certain banks in order to provide discounts / promotions to consumers because service quality and price can affect repurchase intentions.*

**Keywords:** *Quality of service, price of repurchase intention, Terrazzo Kitchen*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Café Terrazzo Kitchen and Coffee. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mengikuti sidang skripsi, Jurusan Manajemen Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Selama proses penelitian sekaligus penyelesaian skripsi ini, ada banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih terhadap pihak-pihak berikut ini:

1. Bapak Gideon Montana dan Ibu Nuryati Chandra selaku orang tua dari penulis yang telah memberikan segala bantuan, dorongan, dan doa selama proses penyusunan skripsi penulis.
2. Cynthia Clara dan Celine Angelina selaku kakak dari penulis yang sudah memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis.
3. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA. Selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu, memberikan arah, dan memberi masukan berupa kritik dan saran yang membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra. Msi. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Seluruh staf dosen ekonomi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
6. Bapak Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng. selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Universitas Katolik Parahyangan.
7. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA Selaku Ketua Jurusan Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.

8. Ibu Catharina Tan selaku Dosen Wali yang selalu mendukung penulis dari semester awal dalam memberikan arah saat melakukan FRS sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan lulus dengan tepat waktu.
9. Sahabat-sahabat penulis, yaitu: Michelle Karena, Karlinda Margaretha, Catherine Wijaya, Aubrey Dimitri, Sherly Putri, Gerry Sebastian, Kennedy Yeremia, dan Adela Kezia yang senantiasa mendukung dan menemani dalam proses pengerjaan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman komunitas Mission 21 yang sudah mendukung penulis dari awal semester 1 hingga saat ini.
11. Kak Elisabeth Christina Seto, selaku pemilik dari Café Terrazzo Kitchen and Coffee yang sudah terlibat dalam proses penelitian ini untuk mengizinkan penulis meneliti di Café pemilik dan rekan-rekan karyawan Terrazzo yang sudah bersedia untuk membantu kelancaran proses penelitian.
12. Rekan-rekan Mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2018, atas segala bantuan dan kerjasamanya.
13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Pastinya tidak ada kata yang menggambarkan betapa bersyukur nya penulis atas kebaikan-kebaikan yang sudah diberikan oleh semua pihak.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada seluruh pihak dan sekali lagi penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 28 Januari 2022

Penulis,



Clarisa Irene Montana

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN .....	vii
BAB 1 .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Kerangka Penelitian.....	11
1.6 Hipotesis Penelitian .....	14
BAB 2 .....	15
2.1 Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.1 Kualitas .....	15
2.2.2 Pelayanan .....	16
2.2.3 Kualitas Pelayanan .....	19
2.2 Harga.....	21
2.3 Niat Beli Ulang.....	23
2.4 Penelitian Terdahulu .....	24
BAB 3 .....	27
3.1 Metode Penelitian .....	27
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.1.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	28
3.1.3 Operasionalisasi Variabel .....	30
3.1.4 Teknik Pengukuran Variabel.....	38
3.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	39
3.1.6 Teknik Analisis Data .....	44
3.2 Objek Penelitian .....	47

3.3	Profil Responden .....	48
BAB 4 .....		56
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		56
4.1	Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan pada Café Terrazzo Kitchen and Coffee .....	56
4.2	Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Harga Pada Café Terrazzo Kitchen and Coffee.....	66
4.3	Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Café Terrazzo Kitchen and Coffee .....	75
4.4	Analisis Pengaruhi Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Niat Beli Ulang pada Café Terrazzo Kitchen and Coffee. ....	76
4.4.1	Uji Asumsi Klasik .....	76
4.4.2	Analisis Regresi Linear Berganda .....	80
4.4.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	84
BAB 5 .....		86
KESIMPULAN DAN SARAN .....		86
5.1	Kesimpulan.....	86
5.2	Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....		90

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 .....	2
Tabel 1. 2 .....	7
Tabel 3. 1 .....	31
Tabel 3. 2 .....	39
Tabel 3. 3 .....	40
Tabel 3. 4 .....	43
Tabel 3. 5 .....	48
Tabel 3. 6 .....	48
Tabel 3. 7 .....	49
Tabel 3. 8 .....	50
Tabel 3. 9 .....	51
Tabel 3. 10 .....	52
Tabel 3. 11 .....	53
Tabel 3. 12 .....	54
Tabel 3. 13 .....	55
Tabel 4. 1 .....	56
Tabel 4. 2 .....	66
Tabel 4. 3 .....	75
Tabel 4. 4 .....	78
Tabel 4. 5 .....	78
Tabel 4. 6 .....	79
Tabel 4. 7 .....	82
Tabel 4. 8 .....	83
Tabel 4. 9 .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 .....	4
Gambar 1. 2 .....	4
Gambar 1. 3 .....	5
Gambar 1. 4 .....	5
Gambar 1. 5 .....	6
Gambar 1. 6 .....	7
Gambar 1. 7 .....	14
Gambar 4. 1 .....	60
Gambar 4. 2 .....	60
Gambar 4. 3 .....	61
Gambar 4. 4 .....	61
Gambar 4. 5 .....	62
Gambar 4. 6 .....	63
Gambar 4. 7 .....	64
Gambar 4. 8 .....	68
Gambar 4. 9 .....	68
Gambar 4. 10 .....	69
Gambar 4. 11 .....	70
Gambar 4. 12 .....	71
Gambar 4. 13 .....	72
Gambar 4. 14 .....	72
Gambar 4. 15 .....	72
Gambar 4. 16 .....	73
Gambar 4. 17 .....	73
Gambar 4. 18 .....	76
Gambar 4. 19 .....	77
Gambar 4. 20 .....	80

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	96
Lampiran 2. Riwayat Hidup .....	105

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Peningkatan yang terus dialami dalam industri kuliner setiap tahunnya membuat industri kuliner menjadi salah satu industri yang menjanjikan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2019), industri makanan adalah jenis usaha yang memiliki *share* paling besar di Industri Mikro dan Kecil yaitu sebesar 36,23%. Dengan semakin menjanjikan sebuah industri, maka persaingan pun juga akan semakin ketat. Secara umum, “persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan barang dan jasa yang baik pula” (Mujahidin,2007). Di sisi lain, persaingan tidak selalu dikonotasikan terhadap sesuatu yang buruk. Justru dengan adanya persaingan, para pelaku bisnis akan terpacu untuk menjadi lebih baik lagi untuk menjadikan produk nya yang terbaik.

Salah satu daerah yang cukup dikenal dengan kulinernya adalah Kelapa Gading. Kelapa Gading sendiri adalah kecamatan yang berada di Jakarta Utara. Berawal sekitar tahun 1975, para pengembang-pengembang yang ada di Kelapa Gading bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk membuat sebuah kota di dalam kota yang memiliki fasilitas yang lengkap. Hal ini diwujudkan dengan menyediakan berbagai fasilitas seperti sekolah, rumah sakit, mall, hingga jajanan kuliner (Insanwisata,2016). Wisata kuliner yang ada di Kelapa Gading sangat lengkap dan beragam. Mulai dari makanan Indonesia, Asia, Amerika, Timur Tengah dan juga Eropa. Selain menyediakan makanan berat, terdapat juga hidangan pendamping lainnya, seperti hidangan pembuka, makanan ringan, jajanan pasar, dan juga hidangan penutup.

Seiring berjalannya waktu yang didukung dengan perubahan gaya hidup masyarakat, kawasan Kelapa Gading juga terkenal dengan banyaknya *café* yang menawarkan berbagai konsep yang unik dan variatif. Berdasarkan data dari situs zomato, hingga tahun 2021, ada sekitar 105 *café* yang muncul saat mencari kata kunci *café* yang ada di Kelapa Gading yang selain menjual kopi tetapi juga menjual makanan *western*, *asian*. Menurut Marsum (2005), “*café* adalah tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran.” Berikut ini adalah data *café* yang berada di kawasan Kelapa Gading.

**Tabel 1. 1**  
**Data *café* di Kawasan Kelapa Gading**

No.	Nama	Alamat
1	Terrazzo Kitchen & Coffee	Jl. Kelapa Cengkir Timur I Blok EC2 No.1
2	Amyrea Art Kitchen	Jl Gading Putih Raya Utara CA2 No 12
3	Six Ounces Coffee	Jl Kelapa Puan Timur 2 Blok NB2 No 1
4	Hours Coffee & More	Jl Boulevard Bukit Gading Raya No 1
5	Mornington Kitchen & Coffee	Jl. Raya Kelapa Nias Blok QB5 No.9
6	Ravelle	Jl Pelepah Elok 1 Blok QA2 No 6
7	Copper Club	Jl Tarian Raya Timur Blok W1 No 23
8	Monks Jakarta	Komplek Graha Boulevard Timur Summarecon Kelapa Gading Blok ND1/51
9	Phyllo Coffee & Kitchen	Kirana Park Avenue, Jl Boulevard Raya Kelapa Gading No 1
10	Kinari	Jl Kelapa Cengkir Raya Blok FH2 No 6

*Dilanjutkan ke halaman 3*

No.	Nama	Alamat
11	Portafilter	Jl. Arteri Kelapa. Gading No.7
12	Alfresco Eatery	Jl. Pelepah Elok 1, Blok QA 2 No. 7
13	255 Cafe & Eatery	Jl. Gading Elok Utara, Blok FA 2 No.12
14	OHLALA	Mall of indonesia, lobby 7, ground floor
15	Kopium Artisan & Coffee	Jl. Summagung I, Blok A4 No. 11
16	The Hideout	Jl. Raya Kelapa Hybrida, Blok QH 12 No 5
17	Expatriate Restaurant	Jl. Boulevard Raya, Blok QF3 No. 11
18	Monogram Bistro	Ruko Kirana Boutique Office, Blok A3 No. 1-2
19	Sister Grounds Coffee & Eatery	Jl. Arteri Kelapa Gading, Blok VII No. 32
20	Back Office Bistro	Ruko Inkopal, Blok A No. 35, Jl Boulevard Barat

Sumber: Olahan Penulis

Dalam Tabel 1.1 menggambarkan data dari sebagian *café* yang ada di Kelapa Gading.

Dalam hal ini, penulis memilih satu *café* yang dijadikan objek penelitian, yaitu *café* Terrazzo Kitchen and Coffee yang berlokasi di Jalan Kelapa Cengkir Timur I Blok EC 2, Kelapa Gading, Jakarta Utara. *Café* ini sudah berdiri sejak tahun 2019 dan sampai hari ini *café* Terrazzo Kitchen and Coffee memiliki perkembangan yang cukup baik. Fokus dari *Café* Terrazzo Kitchen and Coffee sendiri adalah makanan-makanan *asian*, *western*, berbagai minuman *coffee*, *non coffee* hingga makanan penutup sekaligus (*dessert*).

Berdasarkan hasil *preliminary research* pada Senin, 24 Mei 2021, penulis melakukan wawancara dengan pemilik Terrazzo. Hasil menunjukkan bahwa *ambience* dan dekor-dekor yang menarik adalah hal utama yang dijual oleh *café* ini. Sehingga, harga makanan yang ditawarkan pun cukup tinggi karena pemilik merasa hal ini sebanding dengan suasana tempat yang disediakan.

**Gambar 1. 1**  
**Ruang Makan di Café Terrazzo**



Sumber: Aplikasi Zomato

**Gambar 1. 2**  
**Foto *Private Room* di Café Terrazzo**



Sumber: Aplikasi Zomato

Berdasarkan *desktop research* yang dilakukan pada situs Zomato, terdapat 50 review. Dari 50 review ini, 18 orang berbicara mengenai kualitas pelayanan baik. Namun 15 orang dari 50 memberi review kualitas pelayanan yang buruk. Sisanya, tidak menyebut apa-apa mengenai kualitas pelayanan. Berikut beberapa alasan yang mengatakan kualitas pelayanan yang buruk.

Salah satu kekecewaan adalah ketika konsumen sedang berbicara, tiba-tiba pegawai meminta untuk konsumen pindah tempat padahal sebelumnya tidak ada informasi bahwa konsumen memiliki batas waktu.

### Gambar 1. 3

#### Review Konsumen Mengenai Pelayan Terrazzo



Sumber: Aplikasi Zomato

Selain itu saat konsumen berkunjung pada kondisi *new normal*, konsumen mengatakan bahwa koki yang melayani hanya satu orang, sehingga hal ini membuat konsumen menunggu terlalu lama.

### Gambar 1. 4

#### Review Konsumen Mengenai Pelayan Terrazzo



Sumber: Aplikasi Zomato

Lalu, ada juga konsumen yang memiliki pengalaman bahwa pelayanan atau *attitude* dari manager Terrazzo kurang menyenangkan. Ketika konsumen menanyakan apakah dapat mengganti menu yang dipesan, manager tersebut langsung mengatakan tidak, namun tanpa adanya paksaan dari konsumen, manager tersebut akhirnya memperbolehkan. Tetapi, setelah kejadian tersebut, manager tersebut marah-marah kepada karyawannya dengan suara yang cukup keras sehingga konsumen dapat mendengarnya.

### Gambar 1. 5 Review Konsumen Mengenai Pelayan Terrazzo



Sumber: Aplikasi Zomato

Lalu, ada pengalaman dari konsumen juga bahwa ketika ia sedang makan, pelayan Terrazzo memintanya untuk pindah tempat. Setelah itu, ketika ingin bayar, karyawan di kasir juga tidak responsif.

**Gambar 1. 6**

**Review Konsumen Mengenai Pelayan Terrazzo**



Sumber: Aplikasi Zomato

Meskipun jumlah orang yang mengatakan kualitas pelayanan di Terrazzo baik lebih banyak, namun hal ini memiliki perbedaan yang tipis sehingga jika masalah ini tidak diperhatikan dan tidak ditangani dengan cepat, maka bisa menjadi persoalan yang besar untuk kedepannya.

Kemudian, peneliti juga menyebarkan kuesioner kepada 50 responden yang tinggal di daerah Kelapa Gading dan mengetahui *café* Terrazzo Kitchen and Coffee. Berikut adalah tabel dari hasil penelitian kuesioner:

**Tabel 1. 2**  
*Preliminary Research*

<b>Pernah Membeli</b>	Ya	27
	Tidak	23
<b>Niat Membeli Ulang</b>	Ya	6
	Tidak	21

Sumber: Olahan Penulis

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa dari 50 responden sebanyak 27 mengatakan bahwa mereka pernah membeli di *café Terrazzo Kitchen and Coffee*. Kemudian, setelah ditanyakan kepada 23 responden yang belum pernah membeli, 10 orang diantaranya mengatakan bahwa mereka tidak mengetahui *café Terrazzo Kitchen and Coffee* dan sisanya, sebanyak 13 responden mengatakan bahwa mereka tidak tertarik untuk datang.

Selanjutnya, kepada responden yang pernah membeli, peneliti menanyakan apakah mereka ingin datang kembali ke Terrazzo atau tidak. Dari 27 responden hanya 6 yang mengatakan bahwa mereka ingin melakukan pembelian ulang dan sisanya, sebanyak 21 responden mengatakan bahwa mereka tidak ingin mengunjungi Terrazzo kembali. Ada berbagai alasan yang disebutkan responden, antara lain sebanyak 4 responden merasa kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik, dimana konsumen harus menunggu makanan terlalu lama, 5 responden mengatakan bahwa pelayan Terrazzo jutek, kurang cepat tanggap, dan 3 responden lainnya mengatakan bahwa pelayan tidak memberikan informasi dengan jelas dan rendahnya pengetahuan pelayan mengenai menu yang ada. Lalu, ada 7 responden yang mengatakan bahwa harganya terlalu mahal dan tidak sebanding dengan rasanya. Sisanya, sebanyak 2 responden juga mengatakan rasa makanannya hambar dan rasanya untuk ukuran restoran dapat terbilang standar atau biasa saja. Sementara itu, alasan 6 responden yang mengatakan ingin mengunjungi kembali adalah karena tempat yang bagus, *instagrammable*, nyaman dan luas.

Dalam hal ini, penulis melihat adanya *gap* antara persepsi pemilik Terrazzo dengan konsumen. Dimana pemilik bisnis mengatakan bahwa hal utama yang ditonjolkan dari *café Terrazzo Kitchen and Coffee* adalah *ambience* dengan dekorasi-dekorasi yang menarik. Sehingga, pemilik juga berani untuk menawarkan harga yang mahal karena hal tersebut sebanding dengan tempat yang disediakan. Di sisi lain, konsumen merasa bahwa *ambience* tidak menjadi satu-satunya faktor dalam penentuan niat beli

ulang, tetapi ada faktor kualitas pelayanan dan harga yang juga menjadi bahan pertimbangan. Hal ini didukung dengan data kuesioner yang mengatakan bahwa responden tidak ingin mengunjungi Terrazzo kembali karena pelayanan yang buruk dan harga makanan yang terlalu tinggi.

Menurut Ferdinand (2006:129), indikator niat beli ulang dipengaruhi oleh “kecenderungan seseorang untuk membeli produk, kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain, perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut, perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut”.

Sehingga, apabila kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan kurang sesuai dengan keinginan pembeli maka dapat mempengaruhi niat beli ulang pembeli *café* Terrazzo Kitchen and Coffee sendiri. Sehubungan dengan hal yang sudah dipaparkan sebelumnya, penulis memutuskan untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Pada *Café* Terrazzo Kitchen and Coffee.** “

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan pada *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*?
2. Bagaimana penilaian konsumen terhadap harga pada *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*?
3. Bagaimana penilaian konsumen terhadap niat beli ulang pada *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*?
4. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap niat beli ulang pada *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan pada *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*.
2. Mengetahui penilaian konsumen terhadap harga pada *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*.
3. Mengetahui penilaian konsumen terhadap niat beli ulang pada *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*.
4. Mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap niat beli ulang pada *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat, khususnya bagi perusahaan, penulis, dan juga bagi orang lain

1. Bagi Perusahaan

Bermanfaat sebagai gambaran untuk memperhatikan kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan, melihat kekurangan yang ada dari sudut pandang pembeli dan juga mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat beli ulang. Sehingga nantinya dapat

berdampak pada peningkatan penjualan *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*.

## 2. Bagi Penulis

Bermanfaat sebagai pembelajaran dari ilmu pengetahuan *marketing* yang sudah dipelajari selama kuliah, khususnya mengenai *service quality, price dan repurchase intention*.

## 3. Bagi Orang Lain

Bermanfaat sebagai referensi penelitian selanjutnya dan untuk para pengusaha yang bermain dalam industri *café* dalam mengetahui variabel apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang

### 1.5 Kerangka Penelitian

Tipe restoran terbagi menjadi dua puluh dua jenis, yaitu “*a’la carte restaurant, table d’hote restaurant, coffee shop atau brasserie, cafeteria/cafe, canteen, continental restaurant, carvery, dining room, discotheque, fish and chip shop, grill room (rotisserie), inn tavern, night club/super club, pizzeria, pancake house/creperie, pub, snack bar/cafe/milk bar, specialty restaurant, terrace restaurant, gourmet restaurant, family type restaurant, dan main dining room*” (Marsum,2005). Salah satu dari tipe restoran adalah *cafe* atau *coffee shop*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), kafe adalah “tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik; tempat makan berkonsep sederhana, biasanya yang disajikan berupa minuman dan makanan ringan”.

Dengan semakin maraknya persaingan dalam industri *cafe*, kualitas menjadi satu hal yang penting dalam mengungguli persaingan di pasar. Ketika suatu tempat sudah memiliki kualitas produk maupun jasa yang baik, tempat tersebut telah membangun kredibilitas yang kuat di benak konsumen. Menurut Tjiptono & Chandra (2016:59), “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Dalam hal ini, kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor,

yaitu *expected service* (kualitas pelayanan yang diharapkan) dan *perceived service* (kualitas pelayanan yang dirasakan). “Apabila konsumen merasa bahwa jasa yang diberikan dianggap tidak melebihi dari jasa yang diharapkan, maka konsumen menjadi tidak tertarik pada perusahaan tersebut. Namun apabila jasa yang diberikan dianggap melebihi dari jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut dianggap baik dan tidak menutup kemungkinan untuk konsumen melakukan pembelian ulang” (Rangkuti, 2006:26).

Salah satu indikator yang dilihat oleh konsumen saat melakukan pembelian ulang selain kualitas pelayanan yang baik adalah harga. Menurut Swasta & Handoko (2010:147), “harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya”. Selain itu, harga juga seringkali diidentifikasi dengan nilai. Sehingga, nilai yang kita berikan, baik itu dari sisi kualitas produk maupun kualitas pelayanan, akan mempengaruhi harga yang ditawarkan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan harga adalah dua faktor yang tidak bisa dipisahkan. Sebab, jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harga yang ditetapkan maka konsumen akan merasa kecewa. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diberikan sangat memuaskan maka konsumen akan rela membayar harga yang ditawarkan.

Harga juga memiliki hubungan yang erat dengan niat beli ulang karena harga yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan akan menjadi faktor penentu apakah konsumen akan melakukan niat beli ulang atau tidak (Guspul et al., 2021). Harga menjadi salah satu pilihan konsumen saat akan melakukan pembelian. Sehingga, ketika harga yang ditawarkan oleh perusahaan cocok dengan konsumen, maka kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang pun juga akan meningkat. Sebaliknya, jika harga yang ditawarkan tidak selaras dengan yang konsumen harapkan, maka kemungkinan melakukan pembelian ulang pun menjadi kecil. Oleh karena itu, dalam menentukan harga barang, para pemasar membutuhkan sistem

tertentu. Penentuan kebijakan harga barang dimulai dengan “pemilihan tujuan penetapan harga, memperkirakan *demand*/penawaran, mengestimasi biaya, menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing, memilih metode harga, dan akhirnya memilih harga final” (Mulyana,2019:44).

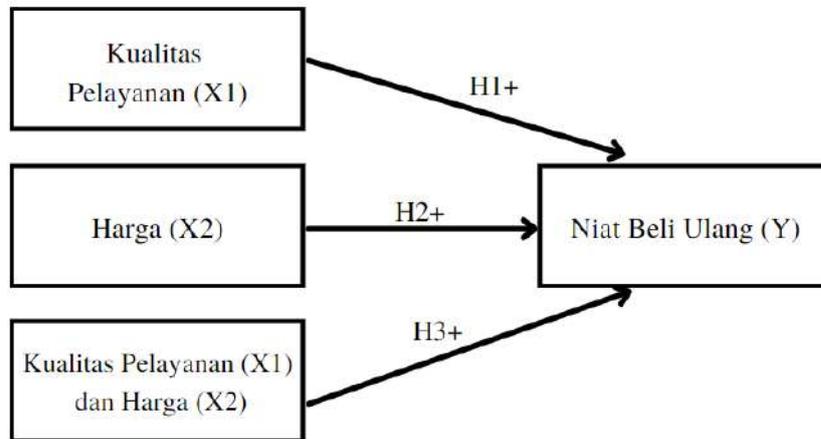
“Niat beli ulang adalah pernyataan motivasional yang jelas dari konsumen untuk mengulang suatu perilaku membeli dari suatu merek barang” (Tsai, 2005). Hellier, et.al (2003:1762) menyatakan bahwa “minat beli ulang (*repurchase intention*) adalah keputusan terencana seseorang untuk melakukan pembelian kembali atas jasa tertentu dengan mempertimbangkan situasi yang terjadi dengan tingkat kesukaan”.

Menurut Kim & Moon (2009), untuk mengukur niat beli ulang, terdapat tiga indikator yang dapat digunakan, yaitu:

1. Pembeli ingin membeli kembali
2. Pembeli berniat untuk membawa keluarga dan teman untuk pergi ke restoran
3. Pembeli akan cenderung memiliki restoran tersebut dibandingkan restoran yang lain.

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi niat beli ulang pada *Café Terrazzo Kitchen and Coffee*. Variabel  $X_1$  yang diteliti adalah kualitas pelayanan, Variabel  $X_2$  adalah harga dan Variabel Y adalah niat beli ulang. Dengan demikian, berikut adalah model konseptual dari penelitian ini:

**Gambar 1. 7**  
**Model Konseptual Peneliti**



Sumber: Olahan Penulis

### 1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penulis merumuskan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap niat beli ulang pada Café Terrazzo Kitchen and Coffee.

Hipotesis 2: Harga memiliki pengaruh terhadap niat beli ulang pada Café Terrazzo Kitchen and Coffee.

Hipotesis 3: Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap niat beli ulang pada Café Terrazzo Kitchen and Coffee.

