

**USULAN PERBAIKAN BAGI CACHE BY GENKS  
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
MINAT BELI ULANG KONSUMEN KEDAI KOPI**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh :**

**Nama : Carl Aaron Jonathan**

**NPM : 6131901212**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2023**



**USULAN PERBAIKAN BAGI CACHE BY GENKS  
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
MINAT BELI ULANG KONSUMEN KEDAI KOPI**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh :**

**Nama : Carl Aaron Jonathan**

**NPM : 6131901212**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2023**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Carl Aaron Jonathan  
NPM : 6131901212  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN BAGI CACHE BY GENKS  
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
MINAT BELI ULANG KONSUMEN KEDAI KOPI

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 16 Agustus 2023  
**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

**Pembimbing Tunggal**

(Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M.)



## PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Carl Aaron Jonathan

NPM : 6131901212

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**USULAN PERBAIKAN BAGI CACHE BY GENKS BERDASARKAN FAKTOR  
YANG MEMENGARUHI MINAT BELI ULANG KONSUMEN KEDAI KOPI**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 20 Juli 2023

Carl Aaron Jonathan

NPM : 6131901212

## ABSTRAK

Cache by Genks merupakan salah satu kedai kopi yang berdiri pada tahun 2021 yang terletak di daerah Jakarta Selatan. Pada awal tahun 2021 pendapatan kedai kopi Cache by Genks termasuk melebihi target tetapi seiring waktu berjalan pendapatan kedai kopi Cache by Genks cenderung menurun hingga akhir tahun 2022 pendapatan kedai kopi Cache by Genks berada di bawah target pendapatan. Penurunan ini diduga akibat semakin menurunnya minat beli ulang dari konsumen, maka dari itu perlunya dilakukan suatu perbaikan untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen kedai kopi Cache by Genks. Penelitian dimulai dengan melakukan identifikasi variabel dan indikator yang memengaruhi minat beli ulang dari konsumen kedai kopi berdasarkan penelitian terdahulu yang serupa. Selanjutnya dilakukan penyusunan kuesioner yang kemudian disebar kepada konsumen yang pernah mengunjungi kedai kopi di daerah Jakarta Selatan dan dari hasil penyebaran diperoleh 144 responden. Kemudian dilakukan pengolahan data berupa pengujian model pengukuran dan struktural dengan menggunakan metode PLS-SEM. Kemudian dilakukan juga pengukuran minat beli ulang di kedai kopi Cache by Genks dengan melihat dari rata-rata indikator dan variabel jawaban responden. Berdasarkan pengujian model pengukuran diperoleh bahwa variabel dan indikator valid dan reliabel setelah dilakukan penghilangan satu buah indikator. Pada pengujian model struktural dilakukan pengujian untuk melihat signifikansi dari hubungan dalam pengujian *path coefficient* dan *total effect* diketahui bahwa atmosfer, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan variasi menu memengaruhi minat beli ulang melalui kepuasan konsumen, sementara kualitas internet perlu memengaruhi kepuasan konsumen dan minat beli ulang secara bersamaan untuk dapat memengaruhi minat beli ulang. Kemudian disampaikan 15 usulan perbaikan yang disetujui oleh pemilik berupa pembuatan SOP, penggantian jenis kemasan, dan penggantian menu atau memperbanyak menu. Seluruh usulan telah didiskusikan bersama pemilik dan akan diimplementasikan dalam waktu dekat.

## ABSTRACT

*Cache by Genks is one of the coffee shops established in 2021, located in South Jakarta. At the beginning of 2021, Cache by Genks' coffee shop revenue exceeded the target, however, over time, the revenue tended to decline and by the end of 2022, it fell below the target. This decline is believed to be due to a decreasing repurchase intention from customers, prompting the need for improvements to increase customer repurchase intention at Cache by Genks coffee shop. The research started by identifying variables and indicators that influence customer repurchase intention based on similar previous studies. Subsequently, a questionnaire was developed and distributed to customers who had visited the coffee shop in the South Jakarta, and 144 respondents's answers were collected. The data were then processed through measurement and structural model testing using the PLS-SEM method. The measurement of customer repurchase intention at Cache by Genks coffee shop was also conducted by looking at the average indicators and respondents's response variables. The results of the measurement model testing showed that the variables and indicators were valid and reliable after removing one indicator. In the structural model testing, significance testing was conducted to assess the relationships in terms of path coefficients and total effects. It was found that atmosphere, product quality, service quality, and menu variety influence repurchase interest through customer satisfaction. Additionally, internet quality needs to influence customer satisfaction and repurchase interest simultaneously to effectively impact repurchase interest. Subsequently, 15 proposals of improvement were presented and approved by the Cache by Genks's owner, including create the Standard Operating Procedures (SOP), changing packaging types, and adding or expanding the menu options. All proposals of improvement have been discussed with the owner and will be implemented immediately.*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya dapat diselesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “USULAN PERBAIKAN BAGI CACHE BY GENKS BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI ULANG KONSUMEN KEDAI KOPI”. Penelitian ini disusun dan dilaksanakan bagi kelulusan penulis dan gelar sarjana penulis di Jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan dan juga sebagai bantuan kepada pemilik kedai kopi Cache by Genks agar dapat terlaksananya suatu perbaikan yang baik. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini dan semoga para peneliti lain yang membaca dapat menyempurnakan penelitian ini sehingga semakin berguna untuk masyarakat ke depannya.

Penulis juga ingin berterima kasih kepada pihak-pihak terkait karena tanpa bantuan pihak-pihak tersebut penelitian ini tidak dapat berjalan dengan baik. Pihak-pihak tersebut sudah membantu dengan memberikan dukungan moral dan juga materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Maka dari itu penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang sudah bersedia memberikan waktunya untuk membantu memberikan bimbingan, dukungan, serta saran atau masukan yang bermanfaat untuk penelitian ini.
2. Bapak Ignatius A. Sandy, S.Si., M.T. dan Ibu Ir. Loren Pratiwi, S.T., M.T. selaku dosen penguji yang sudah bersedia memberikan waktunya untuk menguji dan memberikan kritik dan saran atau masukan yang bermanfaat untuk penelitian ini.
3. Bapak Prof. Dr. Paulus Sukpto, Ir., M.B.A. selaku dosen wali yang sudah membimbing penulis dan memberikan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Pemilik kedai kopi Cache by Genks yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di tempatnya.
5. Keluarga penulis yang sudah memberikan dukungan moral dan material kepada penulis sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik

6. Responden yang sudah bersedia memberikan waktu untuk menjawab kuesioner yang diberikan untuk mendukung penelitian ini.
7. Keluarga HMPSTI 2022 yang sudah memberikan dukungan secara moral kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
8. Vinsensia Selvira Widayani sebagai sahabat terdekat yang sudah memberikan dukungan moral tidak hanya selama masa penyusunan skripsi ini tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari penulis.
9. Ryan, Aryasena, Andre, Stasya, Jonathan Simon, Darryl, Sabrina, Vanessa dan teman-teman lain serta seluruh pihak lain yang terkait tetapi tidak dapat disebutkan satu persatu yang sudah memberikan dukungan secara moral untuk penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna sebaik mungkin bagi pemilik kedai kopi dan juga peneliti lain. Penulis menerima kritik dan saran yang diberikan terkait penelitian ini. Akhir kata penulis meminta maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam penelitian ini serta terima kasih atas bantuan seluruh pihak terkait dalam penelitian ini.

Bandung, Juli 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>I-1</b>
I.1    Latar Belakang Permasalahan .....	I-1
I.2    Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	I-3
I.3    Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-8
I.4    Tujuan Penelitian.....	I-9
I.5    Manfaat Penelitian.....	I-9
I.6    Metodologi Penelitian .....	I-10
I.7    Sistematika Penulisan .....	I-13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>II-1</b>
II.1    Minat Beli Ulang .....	II-1
II.2    Penelitian Minat Beli Ulang.....	II-2
II.2.1    Penelitian Haifa et al. (2020) .....	II-2
II.2.2    Penelitian Lee et al. (2018) .....	II-3
II.3    Kedai Kopi.....	II-4
II.4    Perilaku Konsumen .....	II-5
II.5 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	II-7
II.6 <i>Partial Least Square Structural Equation Modelling</i> (SEM) ....	II-7
II.7 <i>Importance-Performance Matrix Analysis</i> (IPMA) .....	II-9
<b>BAB III PENGEMBANGAN DAN PENGUJIAN MODEL PENELITIAN .....</b>	<b>III-1</b>
III.1    Pengembangan Model Penelitian .....	III-1
III.2    Penentuan Variabel dan Atribut.....	III-9
III.3    Pengembangan Alat Ukur.....	III-11
III.3.1    Uji Pendahuluan Kuesioner .....	III-15
III.4    Pengumpulan Data.....	III-16

III.5	Profil Responden .....	III-17
III.6	Pengujian Model Penelitian .....	III-20
	III.6.1 Pengujian Model Pengukuran .....	III-22
	III.6.2 Pengujian Model Struktural .....	III-27
III.7	Evaluasi Kondisi Kedai Kopi Cache by Genks .....	III-35
III.8	Analisis Kedai Kopi Kompetitor .....	III-38
<b>BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....</b>		<b>IV-1</b>
IV.1	Analisis terkait Profil Responden .....	IV-1
IV.2	Analisis Pengujian Model Pengukuran.....	IV-5
IV.3	Analisis Pengujian Model Struktural.....	IV-6
IV.4	Analisis Minat Beli Ulang di Kedai Kopi Cache by Genks ..	IV-10
IV.5	Analisis Variabel Mediasi.....	IV-12
IV.6	Penentuan Prioritas Perbaikan .....	IV-14
IV.7	Analisis Kinerja Kedai Kopi Kompetitor.....	IV-13
IV.8	Usulan Perbaikan Minat Beli Ulang Kedai Kopi Cache by Genks.....	IV-16
	IV.8.1 Usulan Perbaikan terhadap Atmosfer pada Kedai Kopi Cache by Genks .....	IV-16
	IV.8.2 Usulan Perbaikan terhadap Kualitas Produk pada Kedai Kopi Cache by Genks .....	IV-20
	IV.8.3 Usulan Perbaikan terhadap Varian Menu pada Kedai Kopi Cache by Genks .....	IV-22
	IV.8.4 Usulan Perbaikan terhadap Kualitas Internet pada Kedai Kopi Cache by Genks .....	IV-24
	IV.8.5 Usulan Perbaikan terhadap Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi Cache by Genks .....	IV-25
	IV.8.6 Evaluasi Usulan Perbaikan Kedai Kopi Cache by Genks .....	IV-27
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>V-1</b>
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kedai Kopi Cache by Genks .....	I-2
Gambar I.2 Data Pendapatan Cache by Genks .....	I-3
Gambar I.3 Grafik terkait Minat Konsumen untuk berkunjung kembali .....	I-5
Gambar I.4 Diagram Alir Metode Penelitian .....	I-12
Gambar II.1 Model Penelitian Haifa et al.....	II-2
Gambar II.2 Model Penelitian Lee et al.....	II-3
Gambar II.3 Model PLS-SEM.....	II-8
Gambar II.4 IPMA.....	II-10
Gambar III.1 Model Penelitian.....	III-8
Gambar III. 2 Model Penelitian SmartPLS .....	III-20
Gambar III.3 Hasil Pengujian Model Sktruktural.....	III-34
Gambar IV.1 Grafik Prioritas Perbaikan.....	III-15
Gambar IV.2 Usulan Taplak Meja Plastik Bening.....	III-18
Gambar IV.3 Desain Usulan Cermin .....	III-199
Gambar IV.4 Desain Usulan Rak Buku .....	III-19
Gambar IV.5 Desain Usulan Meja Tambahan.....	III-20
Gambar IV.6 Desain Usulan Gelas dan Piring .....	III-22

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Jumlah Kunjungan Konsumen .....	I-4
Tabel I.2 Data Jumlah Kunjungan Konsumen dan Minat Kembali Konsumen ....	I-5
Tabel I.3 Rekapitulasi Data Tanggapan Positif Konsumen.....	I-6
Tabel I.4 Rekapitulasi Data Alasan Tidak Ingin Kembali Konsumen .....	I-7
Tabel III.1 Variabel Penelitian.....	III-1
Tabel III.2 Definisi Variabel dan Atribut .....	III-9
Tabel III.3 Penilaian Atribut Kedai Kopi.....	III-13
Tabel III.4 Komentar terkait Uji Pendahuluan Kuesioner .....	III-16
Tabel III.5 Profil Responden.....	III-17
Tabel III.6 Penjelasan Variabel dan Indikator Model Penelitian SmartPLS.....	III-21
Tabel III.7 Rekapitulasi Nilai <i>Composite reliability</i> .....	III-23
Tabel III.8 Rekapitulasi Nilai <i>Outer loading</i> Awal.....	III-23
Tabel III.9 Rekapitulasi Nilai AVE Awal .....	III-24
Tabel III.10 Rekapitulasi Nilai <i>Outer loading</i> Setelah Penghapusan.....	III-25
Tabel III.11 Rekapitulasi Nilai AVE Setelah Penghapusan .....	III-25
Tabel III.12 Rekapitulasi Pengujian Fornell-Larcker .....	III-26
Tabel III.13 Rekapitulasi Nilai VIF .....	III-28
Tabel III.14 Rekapitulasi Nilai <i>Path coefficient</i> , <i>P-values</i> , dan T Statistik.....	III-29
Tabel III.15 Rekapitulasi Nilai <i>Total effect</i> , <i>P-values</i> , dan T Statistik .....	III-32
Tabel III.16 Rekapitulasi Nilai <i>Coefficient Determination</i> .....	III-35
Tabel III.17 Penilaian Kinerja Atribut Kedai Kopi Cache by Genks .....	III-36
Tabel III.18 Evaluasi Kinerja Atribut Starbucks.....	III-38
Tabel IV.1 Usulan Perbaikan terhadap Atmosfer.....	IV-16
Tabel IV.2 Usulan Perbaikan terhadap Kualitas Produk.....	IV-21
Tabel IV.3 Usulan Perbaikan terhadap Varian Menu.....	IV-23
Tabel IV.4 Usulan Perbaikan terhadap Kualitas Internet .....	IV-24
Tabel IV.5 Usulan Perbaikan terhadap Kualitas Pelayanan .....	IV-25
Tabel IV.6 Evaluasi Usulan-Usulan Perbaikan.....	IV-27

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	A-1
-----------------	-----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bagian ini akan dijabarkan penjelasan terkait permasalahan yang diteliti. Pendahuluan berisikan latar belakang permasalahan, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian. Berikut merupakan penjelasan terkait bagian pendahuluan.

### **I.1 Latar Belakang Permasalahan**

Di Indonesia salah satu penyumbang pertumbuhan ekonomi berasal dari industri makanan dan minuman. Hal ini ditunjukkan dari data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia yang menyatakan bahwa pada triwulan III tahun 2022 industri makanan dan minuman menyumbang 37,82% terhadap PDB industri pengolahan non-migas. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dinyatakan bahwa pertumbuhan Industri makanan dan minuman di triwulan III-2022 mencapai angka 3,57% dan juga angka tersebut lebih tinggi dari periode yang sama pada tahun sebelumnya. Serta disebutkan juga bahwa industri makanan dan minuman menjadi subsektor dengan kontribusi PDB terbesar. Salah satu bagian dari Industri makanan dan minuman yang ikut membantu pertumbuhan saat ini adalah kedai kopi.

Menurut Kurniawan dan Sidiq (2016), kedai kopi atau *coffee shop* merupakan tempat yang identik dengan meja-meja dan kursi yang ditata dengan rapi dan terdapat sofa yang nyaman, serta menjual aneka varian kopi dan makanan kecil untuk menunjang rasa atau suasana nyaman yang dapat dirasakan konsumen. Berdasarkan Head of Marketing PT Toffin Indonesia, salah satu distributor mesin kopi di Indonesia (2018), saat ini terdapat sekitar 1500 kedai kopi di wilayah Jakarta dan akan terus mengalami peningkatan 10% setiap tahunnya. Data ini menunjukkan bahwa kedai kopi merupakan salah satu sektor bisnis dalam industri makanan dan minuman yang terus mengalami peningkatan. Hal ini merupakan suatu sisi positif bagi konsumen karena konsumen memiliki banyak variasi pilihan kedai kopi untuk dikunjungi di Jakarta. Di sisi lain fenomena ini dapat

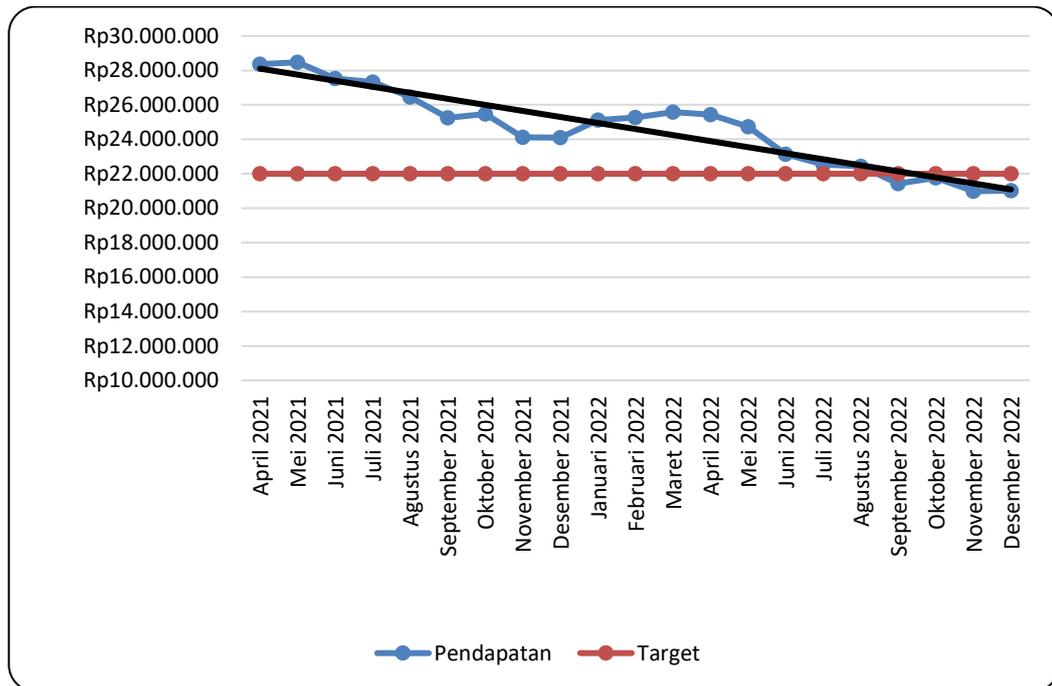
berdampak semakin tingginya persaingan antar kedai kopi untuk dapat mempertahankan pelanggan karena variasi kedai kopi yang bermunculan.

Salah satu kedai kopi di Jakarta yang sedang berkembang saat ini adalah Cache by Genks yang terletak di daerah Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Kedai Kopi Cache by Genks merupakan anak usaha dari Genks yang sama-sama bergerak dalam industri makanan dan minuman. Spesialisasi dari Cache by Genks adalah makanan dan minuman yang terkait kopi, roti, dan nasi. Awalnya Cache by Genks buka secara daring pada masa pandemi yaitu tahun 2020 dan kemudian membuka toko dan berjualan secara luring pada bulan April 2021. Cache by Genks memiliki toko yang terletak di area basement dari suatu klinik di Jakarta Selatan sehingga area yang dimiliki Cache by Genks tidak terlalu besar. Kapasitas dari kedai kopi Cache by Genks adalah sekitar 14 orang.



Gambar I.1 Kedai Kopi Cache by Genks

Saat ini Cache by Genks mulai memasuki tahun ketiga sejak pembukaan toko fisik pertama. Dalam tiga tahun masa operasional dari Cache by Genks, pendapatan yang diperoleh cenderung atau memiliki tren yang menurun. Dapat dilihat pada Gambar I.1 pendapatan dari Cache by Genks dari bulan April 2021 hingga Desember 2022.



Gambar I.2 Data Pendapatan Cache by Genks

Berdasarkan Gambar I.2 dapat diketahui bahwa tren pendapatan dari Cache by Genks semakin menurun dan pada 4 bulan terakhir Cache by Genks tidak dapat memenuhi target penjualan yang sudah ditetapkan. Terdapat beberapa kenaikan yang dialami pada Januari 2022 hingga April 2022 yang terjadi akibat promosi yang dilakukan di usaha induk yaitu Genks dan juga promosi dari potongan harga tetapi tindakan tersebut lebih meningkatkan pengeluaran dan pemasukan tidak dapat kembali seperti yang diharapkan seperti pada awal bulan pembukaan. Akibat dari tindakan tersebut Cache by Genks menghentikan bentuk promosi tersebut dan penurunan pendapatan terus terjadi seperti yang tertera pada Gambar I.2.

Cache by Genks memerlukan suatu tindakan yang dapat membantu peningkatan pendapatannya. Tindakan-tindakan yang diambil harus juga dapat membantu Cache by Genks dalam jangka panjang. Maka dari itu, perlu dilakukan perbaikan-perbaikan agar dapat meningkatkan pendapatan kedai kopi Cache by Genks.

## I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya perlu dilakukan upaya agar dapat menentukan perbaikan-perbaikan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan

pendapatan Cache by Genks. Dilakukan terlebih dahulu identifikasi masalah untuk menemukan akar permasalahan dari menurunnya pendapatan di Cache by Genks. Identifikasi masalah dilakukan dengan mewawancarai pemilik kedai kopi Cache by Genks dan juga konsumen serta juga dilakukan observasi langsung terhadap objek penelitian yaitu kedai kopi Cache by Genks.

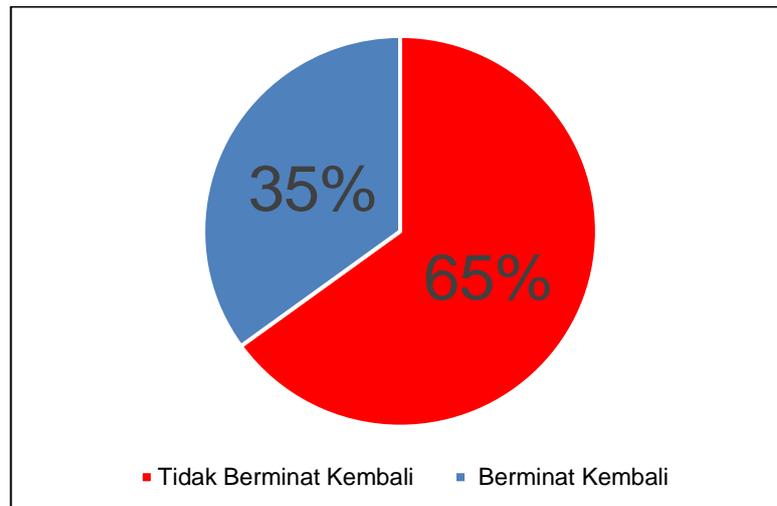
Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha, pemilik usaha menyatakan tidak mengetahui perbaikan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pendapatan dari kedai kopi Cache by Genks. Maka selanjutnya dilakukan wawancara kepada konsumen yang pernah mengunjungi untuk mengetahui pengalaman yang dirasakan selama mengunjungi Cache by Genks. Dilaksanakan juga wawancara kepada konsumen yang baru mengunjungi untuk mengetahui pendapat konsumen ketika berkunjung pertama kali ke Cache by Genks.

Selanjutnya akan dijelaskan terkait hasil wawancara dengan konsumen yang sudah pernah dan pertama kali berkunjung ke Cache by Genks. Pertama dilakukan pendataan terkait frekuensi kunjungan dari konsumen yang di wawancara. Tabel I.1 merupakan data frekuensi kunjungan konsumen berdasarkan jawaban dari 60 konsumen.

Tabel I.1 Data Jumlah Kunjungan Konsumen

No	Jumlah Kunjungan	Frekuensi
1	5 Kali	2
2	4 Kali	3
3	3 Kali	5
4	2 Kali	12
5	1 Kali	38

Berdasarkan Tabel I.1 diperoleh data bahwa 38 dari 60 konsumen baru berkunjung ke kedai kopi Cache by Genks sebanyak 1 kali, 12 dari 60 konsumen baru berkunjung sebanyak 2 kali, 5 dari 60 konsumen baru berkunjung sebanyak 3 kali, terdapat 3 konsumen yang sudah berkunjung 4 kali, dan juga terdapat 2 konsumen yang berkunjung sebanyak 5 kali ke kedai kopi Cache by Genks. Kemudian dilakukan wawancara kembali untuk bertanya terkait keinginan dari konsumen untuk kembali mengunjungi kedai kopi Cache by Genks. Gambar I.3 merupakan data minat konsumen untuk kembali mengunjungi kedai kopi Cache by Genks yang disajikan dalam berupa grafik.



Gambar I.3 Grafik terkait Minat Konsumen untuk berkunjung kembali

Berdasarkan grafik pada Gambar I.3 dapat terlihat bahwa 65% atau 39 orang dari konsumen yang diwawancarai menyatakan tidak berminat untuk kembali mengunjungi Cache by Genks, sementara 35% atau 21 orang dari konsumen yang diwawancarai menyatakan masih memiliki minat untuk kembali ke Cache by Genks. Dari grafik ini terlihat bahwa mayoritas dari konsumen tidak memiliki minat untuk kembali mengunjungi kedai kopi Cache by Genks, hal ini tentunya dapat berakibat buruk dalam jangka panjang bagi kedai kopi Cache by Genks karena tidak dapat mempertahankan minat konsumen untuk berkunjung kembali. Dengan data ini juga terlihat bahwa rendahnya minat konsumen untuk kembali sesuai dengan penurunan dari pendapatan kedai kopi Cache by Genks.

Dari grafik pada Gambar I.3 akan dijelaskan lebih detail dengan tambahan data frekuensi kunjungan dari konsumen. Dengan penambahan data tersebut, maka akan diketahui jumlah konsumen yang berminat atau tidak untuk kembali dengan berdasarkan pada frekuensi kunjungan dari konsumen tersebut. Tabel I.2 merupakan data dari minat konsumen untuk kembali dengan frekuensi kunjungan dari konsumen.

Tabel I.2 Data Jumlah Kunjungan Konsumen dan Minat Kembali Konsumen

No	Jumlah Kunjungan	Tidak Berminat Kembali	Berminat Kembali
1	5 Kali	0	2
2	4 Kali	0	3
3	3 Kali	0	5
4	2 Kali	6	6
5	1 Kali	33	5

Berdasarkan data pada Tabel I.2 dapat terlihat bahwa konsumen yang sudah berkunjung sebanyak 3, 4, dan 5 kali semuanya memiliki minat untuk kembali ke Cache by Genks, sementara untuk konsumen yang berkunjung 2 kali terdapat 6 dari 12 yang tidak memiliki minat untuk kembali ke kedai kopi Cache by Genks, dan pada konsumen yang berkunjung 1 kali mayoritas atau 33 dari 38 konsumen tidak memiliki minat untuk berkunjung kembali. Fenomena ini menunjukkan permasalahan dari Cache by Genks untuk dapat mempertahankan konsumen yang baru berkunjung atau mempertahankan konsumen karena terdapat konsumen yang menjadi tidak berminat kembali ketika berkunjung untuk kedua kali. Oleh karena itu diperlukan suatu identifikasi dari konsumen terkait alasan-alasan dari konsumen berminat kembali atau tidak untuk berkunjung.

Dilakukan wawancara untuk mengidentifikasi alasan-alasan dari konsumen yang memiliki minat kembali ke kedai kopi Cache by Genks. Jumlah konsumen yang menjawab memiliki minat untuk kembali adalah sebanyak 21 konsumen. Tabel I.3 merupakan data tanggapan positif konsumen terhadap Cache by Genks.

Tabel I.3 Rekapitulasi Data Tanggapan Positif Konsumen

No	Pernyataan	Frekuensi
1	Harga makanan yang murah	19
2	Porsi makanan banyak	15
3	Rasa makanan enak	11
4	Tempatnya nyaman untuk nongkrong	7
5	Pegawai yang ramah	6
6	Tidak jauh dari tempat kerja	3

Berdasarkan Tabel I.3 dinyatakan bahwa 19 dari 21 konsumen berminat untuk berkunjung kembali dengan alasan harga makanan yang murah, 15 dari 21 konsumen berminat kembali karena porsi makanan yang banyak, sementara 11 dari 21 konsumen merasa makanan yang disajikan memiliki rasa yang enak, 7 dari 21 konsumen merasa tempatnya nyaman untuk nongkrong, 6 dari 21 konsumen merasa pelayanan dari pegawai Cache by Genks ramah, dan 3 dari 21 konsumen berminat untuk kembali karena posisi dari Cache by Genks yang tidak jauh dari tempat kerja konsumen. Selain itu juga dilakukan wawancara terkait alasan dari konsumen tidak berminat kembali ke kedai kopi Cache by Genks. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengidentifikasi keluhan-keluhan dari konsumen terhadap Cache by Genks. Jumlah konsumen yang tidak memiliki minat untuk

kembali adalah sebanyak 39 konsumen. Tabel I.4 merupakan rekapitulasi data alasan dari konsumen tidak ingin kembali ke kedai kopi Cache by Genks.

Tabel I.4 Rekapitulasi Data Alasan Tidak Ingin Kembali Konsumen

No	Pernyataan	Frekuensi
1	Atmosfer yang kurang menarik	24
2	Terlalu lama menunggu	19
3	Penyajian makanan yang kurang menarik	14
4	Rasa makanan yang kurang enak	12
5	Tempat tidak bersih	10
6	Pelayanan yang kurang ramah	8
7	Meja yang terlalu kecil sehingga menjadi tidak nyaman	7
8	Rasa minuman kurang enak	5
9	Area Parkir yang kecil	4
10	Wi-fi tidak jalan dengan baik	3

Berdasarkan Tabel I.4 didapatkan data berupa pernyataan-pernyataan keluhan yang disampaikan oleh konsumen. Berdasarkan Tabel I.4 dapat diketahui bahwa 24 dari 39 konsumen merasa atmosfer dari Cache by Genks kurang menarik, sementara terdapat 19 dari 39 konsumen merasa pelayanan dari Cache by Genks kurang cepat sehingga konsumen terlalu lama menunggu, 14 dari 39 konsumen merasa penyajian makanan dari Cache by Genks kurang menarik, 12 dari 39 konsumen merasa rasa makanan yang disajikan kurang enak, 10 dari 39 konsumen merasa tempat tidak bersih, 8 dari 39 konsumen merasa pelayanan kurang ramah, 7 dari 39 konsumen merasa meja yang ada terlalu kecil, 5 dari 39 konsumen merasa rasa minum kurang enak, 4 dari 39 konsumen merasa area parkir yang tersedia kecil, dan 3 dari 39 konsumen merasa layanan internet tidak berjalan dengan baik.

Berdasarkan hasil dari wawancara yang sudah dilakukan kepada konsumen, mayoritas konsumen tidak ingin kembali ke Cache by Genks dan merasa perlu dilakukan perbaikan di Cache by Genks. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa minat beli ulang dari konsumen Cache by Genks perlu dilakukan suatu peningkatan. Dengan dilakukan peningkatan minat beli ulang dapat membantu meningkatkan pendapatan dari Cache by Genks.

Dilakukan juga studi literatur dari penelitian-penelitian sebelumnya yang juga meneliti minat beli ulang di kedai kopi atau Café. Sugiharto dan Hendarsono (2013) meneliti minat beli ulang konsumen di Café Buntos 99 Sidoarjo dan menemukan bahwa *sense, feel, think, dan relate experience* berpengaruh

terhadap minat beli ulang. Selain itu juga terdapat penelitian dari Sulyati et al., (2020) yang meneliti terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang pada kedai kopi lokal dan menemukan bahwa kepuasan pelanggan, popularitas merek, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen. Sementara penelitian dari AbuThahir dan Krishnapillai (2018) menemukan bahwa suasana café berupa musik, pencahayaan, tata letak ruangan, dekorasi, dan kebersihan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung kembali dari konsumen.

Pemilik kedai kopi Cache by Genks ingin mengetahui perbaikan-perbaikan yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan pendapatan serta mencapai target pendapatan dari Cache by Genks. Maka dari itu perlu dilakukan suatu penelitian untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli ulang dari konsumen sehingga terjadi peningkatan pendapatan dari kedai kopi Cache by Genks. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari penelitian pendahuluan, dilakukan perumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa saja faktor yang memengaruhi minat beli ulang konsumen terhadap kedai kopi?
2. Apa saja usulan yang dapat diberikan untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen pada kedai kopi Cache by Genks?

### **I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Pada bagian ini akan dijelaskan terkait batasan-batasan yang ditentukan dalam pelaksanaan penelitian. Batasan ditentukan agar memastikan bahwa penelitian tetap berfokus pada masalah dan usulan yang dihasilkan dapat spesifik dan tetap dalam batasan yang ada. Batasan yang ditetapkan adalah sebagai berikut.

1. Penelitian hanya dilakukan sampai pemberian usulan kepada pemilik dan tidak dilakukan penelitian terhadap implementasi dari usulan.
2. Penelitian dilakukan hanya pada konsumen yang pernah mengunjungi kedai kopi di Jakarta Selatan.

Selain batasan masalah dilakukan juga penentuan asumsi-asumsi dalam penelitian. Asumsi yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Tidak terdapat perubahan menu pada kedai kopi Cache by Genks.
2. Tidak terdapat perubahan harga pada kedai kopi Cache by Genks.
3. Tidak terdapat perubahan layanan pada kedai kopi Cache by Genks.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Pada sub-bab ini akan dijabarkan mengenai tujuan-tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini. Tujuan penelitian memiliki fungsi untuk dapat menjawab masalah-masalah yang sudah dirumuskan pada bagian sub-bab sebelumnya. Berikut merupakan tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini.

1. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen terhadap kedai kopi.
2. Merumuskan usulan yang dapat diberikan kepada pemilik Cache by Genks untuk perbaikan agar dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen di kedai kopi Cache by Genks.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian yang dilakukan pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian akan memperoleh manfaat dari penelitian ini. Manfaat tersebut akan diperoleh bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemilik usaha. Berikut merupakan manfaat-manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini.

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Melalui penelitian ini dapat diperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan dari suatu usaha. Penelitian ini dapat digunakan menjadi suatu referensi bagi penelitian lainnya. Melalui referensi ini juga dapat dilakukan suatu pengembangan ilmu pengetahuan untuk mengembangkan penelitian yang serupa.

2. Bagi pemilik usaha

Penelitian ini memiliki manfaat bagi pemilik usaha berupa diketahuinya faktor-faktor yang mempengaruhi dalam peningkatan pendapatan dari usaha kedai kopi Cache by Genks. Pemilik usaha dapat berfokus pada faktor-faktor tersebut untuk perbaikan dan pengembangan usaha ke depannya. Melalui penelitian ini juga pemilik usaha memperoleh usulan mengenai perbaikan-perbaikan yang sebaiknya dilakukan untuk meningkatkan pendapatan kedai kopi Cache by Genks.

## **I.6 Metodologi Penelitian**

Pada bagian ini akan dijelaskan terkait metodologi penelitian. Penelitian akan dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang akan tertuang dalam bentuk diagram alir sehingga penelitian dapat berjalan dengan terstruktur. Berikut merupakan penjelasan terkait metode penelitian berdasarkan diagram alir pada Gambar I.7.

### **1. Penelitian Pendahuluan dan Pembuatan Latar Belakang**

Penelitian pendahuluan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara dini masalah yang dihadapi atau diteliti pada objek penelitian. Penelitian pendahuluan dilakukan dengan melaksanakan observasi langsung ke objek penelitian terkait. Selain itu juga dilakukan wawancara dengan pemilik Cache by Genks dan konsumen dari Cache by Genks. Latar belakang juga dibuat untuk menjelaskan keadaan atau kondisi saat ini yang berkaitan dengan permasalahan dari kedai kopi Cache by Genks.

### **2. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Setelah dilakukan penelitian pendahuluan maka akan dilanjutkan dengan mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang ditemukan pada objek penelitian. Tujuan dari identifikasi masalah adalah untuk menentukan akar dari permasalahan yang terjadi di kedai kopi Cache by Genks. Sementara tujuan dari perumusan masalah adalah untuk menentukan bentuk permasalahan yang perlu diselesaikan dalam penelitian ini.

### **3. Pembuatan Batasan dan Asumsi Penelitian**

Batasan masalah diperlukan untuk memberikan batasan dalam penelitian dengan tujuan agar penelitian tetap terfokus dengan masalah yang akan diselesaikan. Sementara asumsi penelitian memiliki tujuan agar hasil dari penelitian dapat sesuai dengan kondisi dari kedai kopi Cache by Genks.

### **4. Pembuatan Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan dirumuskan untuk dapat menjawab perumusan masalah, maka dari itu tujuan didasarkan kepada rumusan masalah. Manfaat penelitian merupakan pihak-pihak yang nantinya akan merasakan dampak dari penelitian. Penerima manfaat dari penelitian adalah pihak perusahaan dan pengembangan keilmuan.

5. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan peninjauan melalui jurnal-jurnal yang sudah meneliti permasalahan yang mirip dengan penelitian ini. Tinjauan pustaka memiliki tujuan untuk dapat membantu peneliti dengan berdasarkan pada teori-teori dari penelitian sebelumnya.

6. Pengembangan Model Penelitian

Pada bagian ini akan dilaksanakan pengembangan model penelitian dari minat beli ulang konsumen pada kedai kopi Cache by Genks. Model penelitian akan dibuat berdasarkan sistem yang mempengaruhi minat beli ulang dari konsumen.

7. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian yang penting untuk dapat memastikan bahwa data yang diolah merupakan data sebenarnya sesuai dengan keadaan di lapangan. Pengumpulan data ini juga menjadi pendukung dari usulan agar dapat diimplementasikan sesuai dengan kondisi yang ada. Data akan dikumpulkan dengan metode penyebaran kuisioner.

8. Pengujian Model Penelitian

Kemudian akan dilanjutkan dengan melakukan pengolahan terhadap data yang sudah terkumpul. Pengolahan dilakukan berupa pengujian terhadap model dengan 2 pengujian yaitu pengujian untuk model pengukuran berupa uji reliabilitas dan uji validitas serta pengujian pada model struktural. Pengujian bertujuan untuk melihat besar pengaruh dari faktor yang ada terhadap minat beli ulang dari konsumen.

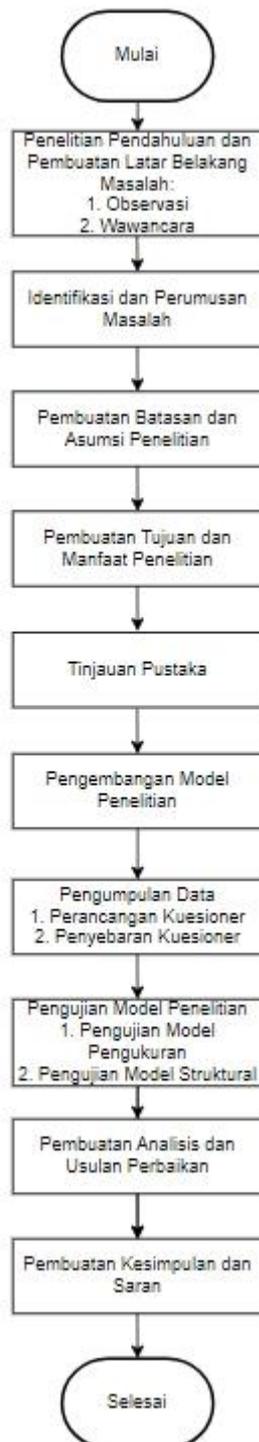
9. Pembuatan Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada bagian ini akan dilakukan suatu analisis terhadap hasil pengolahan-pengolahan yang sudah dilakukan. Analisis dilakukan dengan melihat hasil pengujian serta mengidentifikasi variabel yang berpengaruh terhadap minat beli ulang dari konsumen. Kemudian akan diberikan usulan perbaikan dengan berdasarkan kepada hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan.

10. Pembuatan Kesimpulan dan Saran

Akhir dari penelitian ini adalah perumusan kesimpulan akhir untuk menjelaskan dan menjawab rumusan masalah yang sudah dibuat pada awal penelitian dengan berdasarkan pada hasil dari penelitian. Saran diberikan kepada

pemilik usaha kedai kopi Cache by Genks untuk upaya perbaikan dan juga kepada peneliti selanjutnya dalam rangka pengembangan keilmuan.



Gambar I.4 Diagram Alir Metode Penelitian

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Pada subbab berikut ini akan dijelaskan mengenai sistematika dari penelitian ini. Tujuan dari sistematika penelitian ini adalah untuk memberikan kemudahan dalam memahami tujuan dari setiap bab yang ada. Sistematika penelitian terdiri dari pendahuluan, tinjauan Pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, juga kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjabaran terkait dengan bab-bab yang ada.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan dijelaskan mengenai latar belakang dari permasalahan yang diangkat, kemudian dilakukan identifikasi dan perumusan masalah, serta diberikan suatu pembatasan masalah dan asumsi penelitian, selain itu juga terdapat tujuan dari penelitian, manfaat yang diperoleh dari penelitian untuk pihak-pihak yang terkait, metodologi penelitian dan sistematika dari penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Di bab ini akan dijelaskan terkait literatur-literatur yang digunakan dalam penelitian ini. Literatur tersebut memiliki tujuan untuk mendukung penelitian terkait dengan Minat Beli Ulang di Cache by Genks dan juga literatur yang dapat membantu dalam pengolahan data, analisis, dan penentuan usulan perbaikan.

### **BAB III PENGEMBANGAN DAN PENGUJIAN MODEL PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pengembangan dan pengujian model penelitian yang akan dilakukan. Bagian ini akan berisi terkait model penelitian, variabel, dan atribut yang digunakan dalam penelitian. Serta terdapat pengolahan data dari hasil data yang sudah terkumpul guna untuk menjawab rumusan masalah yang ada.

### **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Bab ini akan membahas terkait analisis yang dilakukan terhadap data yang sudah diolah untuk mendukung usulan perbaikan yang sebaiknya diberikan. Selanjutnya dilakukan suatu perumusan usulan perbaikan yang sesuai bagi kedai kopi Cache by Genks.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir ini akan membahas mengenai kesimpulan dari seluruh penelitian yang telah dilakukan terhadap Cache by Genks. Pada bab ini kesimpulan

diberikan bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan juga diberikan usulan untuk mengatasi masalah yang ada dan untuk penelitian selanjutnya yang serupa.