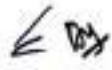


**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS 
HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN
ARENA CAFE CIKARANG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Oleh:
Vincentius Tjiano
6031901186

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Terakreditasi Unggul oleh LAMEMBA No 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023
BANDUNG
2023**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CUSTOMER
SATISFACTION ON PRICE ON CUSTOMER
REPURCHASE INTENTION ARENA CAFE CIKARANG**



UNDERGRADUATE THESIS

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

By:

Vincentius Tjiano

6031901186

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by National Accreditation Agency
Excellent Accredited by LAMEMBA No 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023
Bandung
2023**

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



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS
HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN
ARENA CAFE CIKARANG**

Oleh:

Vincentius Tjiano
6031901186

Bandung, November 2023

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA, CPM.

Pembimbing Skripsi,

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.,

Ko-pembimbing Skripsi,

Teresia Debby, S.E., M.S.M

DAFTAR PERBAIKAN NASKAH SKRIPSI

Nama	: Vincentsius Tjiano
Nomor Pokok Mahasiswa	: 6031901186
Program Studi	: Manajemen
Pembimbing	: H. Agus Hasan Pura A., Drs., M.Si.
Ko Pembimbing	: Teresia Debby, S.E., M.S.M.
Hari dan tanggal ujian skripsi	: Teresia Debby, S.E., M.S.M.
Judul (Bahasa Indonesia)	: Analisis Pengaruh Kepuasan Harga terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Arena Cafe Cikarang
Judul (Bahasa Inggris)	: Analysis The Influence of Price Satisfaction on Consumer Repurchase Intention at Arena Cafe Cikarang

1. Perbaikan Judul Skripsi menjadi (Judul harus ditulis lengkap menggunakan huruf besar kecil/Title Case)

Judul (Bahasa Indonesia)	- Perbaiki - Analisis Pengaruh kepuasan konsumen atas harga terhadap niat beli ulang konsumen Arena cafe Cikarang. Judul diganti menjadi: "ANALISIS PENGARUH KEPUASAN ATAS HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN ARENA CAFE CIKARANG" atau "ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN ARENA CAFE CIKARANG" Cek kembali penggunaan kata kepuasan Judul diperbaiki agar lebih tepat
Judul (Bahasa Inggris)	- Diperbaiki sesuai dengan judul Bahasa Indonesia yang telah diperbaiki. Konsistensi dengan Bahasa Indonesia Judul disesuaikan dengan judul dalam Bahasa Indonesia

2. Perbaikan Umum (meliputi : cara merujuk, daftar pustaka, teknis editing) :

- daftar pustaka
- Pada Abstrak & Abstract ditambahkan hasil dari \hat{F}^2 dan Adjusted R2, serta tidak perlu menuliskan jika X naik maka mempengaruhi Y sebesar. - Bagian Kata Pengantar tambahkan terima kasih untuk Dekan dan KaJur Ilmu Manajemen. - Daftar Pustaka diperbaiki menggunakan referensi 10 tahun terakhir, serta cek kembali penulisan Daftar Pustaka dan cara mengutip referensi. - Format penulisan skripsi diperbaiki kembali.
- Perbaiki Format sesuai dengan panduan penulisan; Perbaiki cara kutip; Perbaiki Daftar Isi; Perbaiki Daftar Pustaka; Pastikan seluruh literatur yang dikutip terdapat pada Daftar Pustaka; Pastikan lengkapi seluruh informasi yang dibutuhkan dalam penulisan sumber di Daftar Pustaka; Perbaiki Abstrak; Pastikan seluruh istilah asing menggunakan italic; Repeat header untuk tabel lintas halaman; Lakukan perbaikan untuk semua kesalahan yang sama pada berkas skripsi; Pastikan Konsistensi Titik(.) dan Koma(,) sebagai penanda desimal pada seluruh dokumen; Lakukan Parafrase untuk menurunkan similarity pada Turnitin; Perbaiki Grammar Abstract; Revisi skripsi dapat di cek di <https://s.id/RevisiSkripsiFM> gunakan email UNPAR untuk akses. Pada saat penyerahan BAP, pastikan melampirkan file skripsi dan pada bagian yang diperbaiki telah diberikan highlight berwarna kuning;
- Semua kutipan ditulis sumbernya, dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka. -Gunakan sumber yang tahunnya lebih baru, jika ada edisi yang lebih baru. -Gunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar. -Kata Asing ditulis miring. - Abstrak dilengkapi.

3. Perbaikan di Bab 1

- Tabel 1.2 diperbaiki. - di kerangka pemikiran masukkan teori kepuasan, E : P. - Marketing mix jasa 7p cantumkan di kerangka pemikiran - bab 1.3 kata masyarakat diganti dengan konsumen.
- Tambahkan hasil penelitian terdahulu di bagian kerangka pemikiran.
- Pastikan seluruh sumber informasi memiliki sumber dan tercantum pada Daftar Pustaka;

4. Perbaiki di Bab 2

- Referensi yang digunakan harus terbaru minimal 10 tahun terakhir. - Gunakan buku Marketing Management terbaru, bukan yang sudah lama.

Usahakan untuk sumber literatur menggunakan sumber asli dan bukan kutipan dari kutipan; Gunakan sumber literatur menggunakan sumber asli dan bukan kutipan dari kutipan; Lakukan parafrase total turunkan similarity;

5. Perbaiki di Bab 3

- judul bab 3 : Metode dan Obyek penelitian; - Nama dan penjelasan Obyek penelitian perbaiki

- BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN - Tabel 3.2 diperbaiki untuk intepretasinya (Sangat Rendah - Sangat Tinggi). - 3.4 Operasionalisasi Variabel

Perjelas populasi dan sample serta kriteria sample bila ada;

-Judul Bab 3 Metode dan Objek Penelitian. -Kesimpulan pada Analisis Deskriptif disesuaikan.

6. Perbaiki di Bab 4

Perbaiki format penulisan.

Lakukan analisa yang perlu dilakukan; review seluruh tabel;

7. Perbaiki di Bab 5

- saran perbaiki, berikan saran yang berkaitan atau sesuai dengan judul

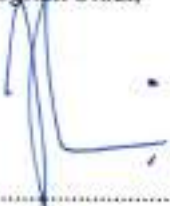
Saran perlu dipertajam kembali dari hasil penelitian yang sudah ada (berikan saran yang lebih praktikal), jangan memberikan saran yang kesannya mengawang-ngawang.

Pertajam kesimpulan dan saran

-Kesimpulan dibuat lebih lengkap

Bandung, 18 Agustus 2023

Ketua Program Studi,



Penguji (Pembimbing),



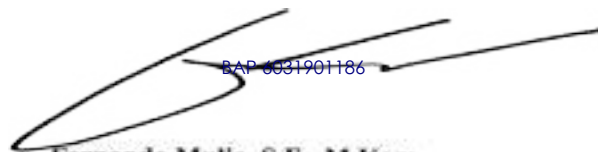
H. Agus Hasan Pura A., Drs., M.Si.

Ko Pembimbing



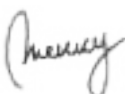
Teresia Debby, S.E., M.S.M.

Penguji



Fernando Mulia, S.E., M.Kom.

Penguji



Dr. Maria Merry Mariani, Dra. M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Vincentsius Tjiano
Tempat, tanggal lahir : Banjarmasin, 12 November 2001
NPM : 6031901186
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN ARENA CAFE CIKARANG

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Agus Hasan Pura Anggawidjaja,
Drs., M.Si., dan Teresia Debby, S.E., M.S.M

Adalah benar-benar karyatulis 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.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 11 Desember 2023

Pembuat pernyataan :



(Vincentsius Tjiano)

ABSTRAK

Arena Cafe Cikarang menghadapi dinamika yang signifikan dalam industri makanan dan minuman, terutama dalam menghadapi persaingan sengit di tengah popularitas tempat berkumpul, khususnya di kalangan remaja. Wilayah Cikarang, dengan persaingan yang semakin ketat dan dipenuhi berbagai cafe bersaing, menciptakan tingginya penawaran dari setiap cafe. Melalui preliminary research, terungkap bahwa salah satu gejala yang mempengaruhi Arena Cafe adalah penurunan kepuasan konsumen. Temuan ini secara khusus menyoroti peran harga dalam keputusan konsumen untuk membeli produk dan niat mereka untuk melakukan pembelian ulang di masa depan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis secara mendalam pengaruh kepuasan konsumen terhadap harga terhadap niat beli ulang konsumen di Arena Cafe Cikarang

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif, Arena Cafe Cikarang menjadi fokus penelitian ini. Penulis menggunakan analisis deskriptif yang digunakan untuk menginterpretasikan kedua variabel yaitu kepuasan harga dan niat beli ulang pada Arena Cafe Cikarang. Penelitian ini menggunakan teknik *Simple Regression* sebagai metode pengolahan data dengan software SPSS dengan tujuan mengetahui pengaruh pendapat konsumen atas kepuasan harga terhadap niat beli ulang konsumen Arena Cafe Cikarang.

Melalui uji regresi linear dengan menggunakan program SPSS, ditemukan bahwa variabel kepuasan harga berpengaruh positif terhadap niat pembelian ulang di Arena Cafe Cikarang. Rata-rata kepuasan harga yang masuk dalam kategori rendah di Arena Cafe Cikarang tidak hanya menjadi indikator bahwa konsumen tidak puas terhadap harga produk makanan dan minuman, tetapi juga menjadi faktor yang mempengaruhi keinginan mereka untuk melakukan pembelian ulang di masa depan. Hasil signifikansi dan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan harga berkorelasi positif dengan peningkatan niat beli ulang konsumen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa niat beli ulang dipengaruhi oleh variabel kepuasan atas harga.

Kata kunci: kepuasan harga, niat beli ulang, pemasaran

ABSTRACT

Arena Cafe Cikarang faces significant dynamics in the food and beverage industry, especially in facing fierce competition amidst the popularity of gathering places, especially among teenagers. The Cikarang area, with increasingly fierce competition and filled with various competing cafes, creates high offers from each cafe. Through preliminary research, it was revealed that one of the symptoms affecting Arena Cafe was a decrease in consumer satisfaction. These findings specifically highlight the role of price in consumers' decisions to purchase a product and their intention to repurchase in the future. Therefore, this research will analyze in depth the influence of consumer satisfaction with price on consumer repurchase intentions at Arena Cafe Cikarang

This research is descriptive quantitative research, Arena Cafe Cikarang is the focus of this research. The author uses descriptive analysis to interpret the two variables, namely price satisfaction and repurchase intention at Arena Cafe Cikarang. This research uses the Simple Regression technique as a data processing method with SPSS software with the aim of knowing the influence of consumer opinions regarding price satisfaction on Arena Cafe Cikarang consumers' repurchase intentions.

Through a linear regression test using the SPSS program, it was found that the price satisfaction variable had a positive effect on repurchase intentions at Arena Cafe Cikarang. The average price satisfaction that is in the low category at Arena Cafe Cikarang is not only an indicator that consumers are dissatisfied with the price of food and beverage products, but is also a factor that influences their desire to make repeat purchases in the future. The significance results and the calculated t value which is greater than the t table indicate that increasing price satisfaction is positively correlated with increasing consumer repurchase intentions. Thus, it can be concluded that repurchase intention is influenced by the price satisfaction variable

Keywords: marketing, price satisfaction, repurchase intention

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN ARENA CAFE CIKARANG”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan semua kekurangan sehingga skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis memiliki hambatan yang harus dijalani oleh peneliti. Namun, penulis mendapatkan dukungan, bantuan, dan juga doa dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis yaitu Alm. Hartoni dan Marina Junita Koeswanto yang selalu memberi dukungan, dan doa dari awal hingga perkuliahan hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., Msi., selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu, membantu dalam penyusunan skripsi, memberikan arahan, kritik dan membangun penulis agar semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini
3. Ibu Teresia Debby, SE., MSM. selaku ko-pembimbing skripsi penulis yang selalu memberikan arahan dan juga membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga akhirnya dapat selesai dengan tepat waktu.
4. Ibu Dr. Istiharini, CMA., CPM., selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang peneliti hormati.
5. Seluruh dosen, staf, dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang selalu membantu saya dalam proses pembelajaran.

Pada akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan penyusunan skripsi ini karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Maka dari itu, penulis berharap adanya kritik dan saran membangun sehingga skripsi ini dapat berguna untuk berbagai pihak.

Bandung, 12 Desember 2023



Vincentsius Tjiano

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran	10
1.6 Hipotesis Penelitian	12
BAB 2 LANDASAN TEORI	13
2.1 Pemasaran.....	13
2.2 Manajemen Pemasaran	15
2.3 Bauran Pemasaran	17
2.4 Harga	18
2.5 Kepuasan Konsumen	24
2.6 Niat Beli Ulang.....	25
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Operasional Variabel	31
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.7 Pengujian Hipotesis	36
3.8. Objek Penelitian	36

BAB 4 PEMBAHASAN	38
4.1 Analisis Deskriptif.....	38
4.1.1. Analisis Variabel Kepuasan Harga.....	38
4.1.2 Analisis Variabel Niat Beli Ulang.....	48
4.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	56
4.2.1 Uji Validitas.....	56
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	58
4.3. Uji Asumsi Klasik	59
4.3.1. Uji Normalitas P Plot.....	59
4.4. Analisis Simple Linear Regression	62
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan.....	66
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	74
RIWAYAT HIDUP	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Cafe di Cikarang	2
Tabel 1.2	Data Waktu Konsumen Datang ke Arena Cafe Cikarang	3
Tabel 1.3	Hasil Preliminary Research ke pengunjung Arena Cafe	5
Tabel 4.2	Jawaban Responden Dimensi Keterjangkauan Harga Pernyataan 1	38
Tabel 4.3	Jawaban Responden Dimensi Keterjangkauan Harga Pernyataan 2	39
Tabel 4.4	Jawaban Responden Dimensi Keterjangkauan Harga Pernyataan 3	40
Tabel 4.5	Rata – rata Jawaban Responden terhadap Dimensi Keterjangkauan Harga	40
Tabel 4.6	Jawaban Responden Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk Pernyataan 1	41
Tabel 4.7	Jawaban Responden Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk Pernyataan 2	41
Tabel 4.8	Jawaban Responden Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk Pernyataan 3	42
Tabel 4.9	Jawaban Responden Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk Pernyataan 4	43
Tabel 4.10	Rata – rata Jawaban Responden terhadap Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk.....	43
Tabel 4.11	Jawaban Responden Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	44
Tabel 4.12	Jawaban Responden Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Daya Saing Pernyataan 1	44
Tabel 4.13	Jawaban Responden Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Daya Saing Pernyataan 2	45
Tabel 4.14	Jawaban Responden Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Daya Saing Pernyataan 3	46
Tabel 4.15	Jawaban Responden Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Daya Saing Pernyataan 4	47
Tabel 4.16	Rata – rata Jawaban Responden terhadap Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Daya Saing	47
Tabel 4.17	Jawaban Responden Dimensi Minat Eksploratif Pernyataan 1	48
Tabel 4.18	Jawaban Responden Dimensi Minat Eksploratif Pernyataan 2.....	49
Tabel 4.19	Jawaban Responden Dimensi Minat Eksploratif Pernyataan 3.....	49
Tabel 4.20	Rata – rata Jawaban Responden terhadap Dimensi Minat Eksploratif	50
Tabel 4.21	Jawaban Responden Dimensi Minat Referensial Pernyataan 1	50
Tabel 4.22	Jawaban Responden Dimensi Minat Referensial Pernyataan 2	51
Tabel 4.23	Rata – rata Jawaban Responden terhadap Dimensi Minat Referensial	52
Tabel 4.24	Jawaban Responden Dimensi Minat Transaksional Pernyataan 1	52
Tabel 4.25	Jawaban Responden Dimensi Minat Transaksional Pernyataan 2	53
Tabel 4.26	Rata – rata Jawaban Responden terhadap Dimensi Minat Transaksional..	53
Tabel 4.27	Jawaban Responden Dimensi Minat Preferensial Pernyataan 1	54
Tabel 4.28	Jawaban Responden Dimensi Minat Preferensial Pernyataan 2	54
Tabel 4.29	Jawaban Responden Dimensi Minat Preferensial Pernyataan 3	55
Tabel 4.30	Rata – rata Jawaban Responden terhadap Minat Preferensial.....	56
Tabel 4.31	Hasil Uji Validitas	57

Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas	58
-----------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2010 - 2020	1
Gambar 1.2	Menu Makanan dan Minuman di Arena Cafe.....	4
Gambar 1.3	Grafik Pengunjung Arena Cafe.....	5
Gambar 1.4	Conceptual Model.....	12
Gambar 4.1	Scatter Plot Uji Normalitas P Plot	60
Gambar 4.2	Histogram Uji Normalitas P Plot	60
Gambar 4.3	Uji Linearitas	61
Gambar 4.4	Uji Normalitas P Plot	62
Gambar 4.5	Model Summary.....	63
Gambar 4.6	ANOVA	63
Gambar 4.7	Coefficients	64

BAB 1

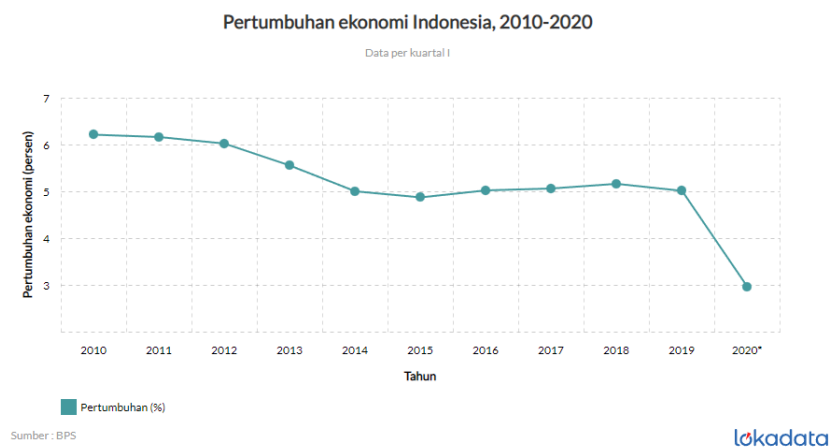
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak kemunculan pertama COVID-19 di Indonesia pada tahun 2019, pemerintah langsung mengambil tindakan dengan menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) akibat dampak terus berlanjutnya pandemi COVID-19 di Indonesia hingga tahun 2022. Tindakan ini berdampak signifikan terhadap ekonomi negara dan masyarakat Indonesia. Salah satu sektor yang paling terdampak dalam perekonomian negara adalah industri makanan dan minuman, karena semua orang harus tinggal di rumah dan melakukan segalanya. Oleh karena itu, industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami keterpurukan di masa pandemi COVID-19 (Asriansyah, 2022).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Lokadata (2020) pada Gambar 1.1 terlihat bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia sebelum terdampak COVID-19 dari tahun 2010 mengalami penurunan secara kontinu. Namun, situasi berubah drastis setelah adanya dampak pandemi COVID-19 di awal tahun 2020. Akibat pandemi, tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia mengalami penurunan yang sangat signifikan.

Gambar 1.1
Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun (2010 – 2020)



Sumber : Lokadata (2020)

Berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Tahun 2022 pertumbuhan ekonomi Indonesia di tahun 2021 mulai mengalami pemulihan sebesar 3,69%, pemulihan ini didukung dengan adanya vaksinasi massal yang

terjadi di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Tahun 2023 pertumbuhan ekonomi masih meningkat secara positif di tahun 2022, pertumbuhan ekonomi Indonesia meningkat tajam yaitu tumbuh sebesar 5,31% (Limanseto, 2022).

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis makanan dan minuman, terutama tempat-tempat berkumpul yang populer atau "viral", telah menjadi tren yang sangat digemari oleh anak muda dan remaja. Gaya hidup ini dianggap penting oleh sebagian kalangan masyarakat, dan permintaan terhadap pasar semakin meningkat, mengakibatkan persaingan yang ketat dalam bisnis, termasuk bisnis cafe di wilayah Cikarang. Banyaknya cafe yang bermunculan di Cikarang menjadi indikasi dari tingginya minat masyarakat terhadap tempat-tempat tersebut. Tahun 2021 banyak tempat baru bermunculan di Cikarang, hal ini disebabkan oleh banyaknya masyarakat Indonesia yang tertarik untuk membuka coffee shop dan juga karena masyarakat merasa ingin keluar rumah setelah mengalami pembatasan skala besar akibat pandemi COVID-19. Para masyarakat Cikarang merasa bosan berada di rumah dalam jangka waktu yang lama karena adanya pembatasan tersebut. Berikut ini adalah data sebagian cafe yang berada di Cikarang.

Tabel 1.1
Data Cafe di Cikarang

No.	Nama	Alamat
1	Arena Cafe	Lippo Cikarang, Ruko Robson B6
2	Celeste Cafe	Jl. Movie Land No. 17
3	Hemera Coffee	Jl. Palem Ratu 2 No. 11
4	King's Coffee Luwak	Jl. Palem Ratu 2 No. 5
5	Moon Cafe	Jl. Gn. Tangkuban Perahu No. Kav. 03
6	Neph Coffee Eatery	Jl. Anggrek No. 2/44
7	Obor Coffee	Jl. Movie Land A5B No. 30
8	Phenomenal Warung Kekinian	Jl. Kasuari Raya Cikarang Baru No. 8
9	Poseidon Coffee	Jl. Ruko Easton No. 9
10	Red Blanc Coffee & Bakery	Jl. Majapahit Blok B No. 22 Lippo
11	Reverie Coffee	Jl. Kedadiah Raya Blok A1 No. 16
12	Romez Coffee	Ruko Hollywood Boulevard Jababeka Blok A 5A No. 37
13	Soleil	Jl. Orange County, Apartment Irvine
14	Smootheory Cafe	Jl. Orange County Boulevard
15	Ticovee Premiere	Jl. Hollywood Boulevard A5B 7

Sumber : Olahan Penulis

Tabel 1.1 memberikan informasi tentang sebagian kafe di Cikarang. Untuk melakukan penelitiannya, penulis menetap di salah satu kafe, yaitu Arena Cafe yang berada di jalan Lippo Cikarang, Ruko Robson B6, Cafe ini baru berdiri pada tahun 2023 di bulan Januari lebih tepatnya. Fokusnya dari Arena Cafe sendiri adalah minuman coffee atau non coffe, dan juga ada *snacks* dengan *detail* menu yang terdapat pada Gambar 2.1. Menu andalan dari minuman sendiri untuk *coffee* adalah *Coffee Milk Palm Sugar* dan untuk *non-coffee* adalah *Ice Tea*, sedangkan dari *snacks* yang menjadi favorit di Arena Cafe adalah *French Fries*. Arena Cafe sendiri memiliki beberapa permainan yang dapat dilakukan di lantai dua mereka yaitu *Airsoft Range* dengan harga Rp. 50.000 dan permainan *Billiard* dengan harga dari Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 75.000 per jam. Pada Tabel 1.2 juga disajikan terkait pengunjung atau konsumen yang berkunjung ke Arena Cafe Cikarang pada periode 1 minggu yaitu 5 Juni 2023 sampai dengan 11 Juni 2023 pada jam-jam tertentu (pada malam hari) dengan kapasitas cafe tersebut adalah 25 orang.

Tabel 1.2
Data Waktu Konsumen Datang ke Arena Cafe Cikarang

Hari	Jam Kedatangan Penulis	Tanggal Kedatangan Penulis	Pengunjung
Senin	21.00-22.00 WIB	5 Juni 2023	6 Orang
Selasa	21.00-22.00 WIB	6 Juni 2023	4 Orang
Rabu	21.00-23.00 WIB	7 Juni 2023	2 Orang
Kamis	20.00-21.00 WIB	8 Juni 2023	4 Orang
Jumat	21.00-23.00 WIB	9 Juni 2023	6 Orang
Sabtu	21.00-23.00 WIB	10 Juni 2023	6 Orang
Minggu	20.00-22.00 WIB	11 Juni 2023	10 Orang

Sumber : Olahan Penulis

Gambar 1.2

Menu Makanan dan Minuman di Arena Cafe



Sumber : Observasi Penulis

Pada Gambar 1.2 yang merupakan variasi menu makanan dan minuman yang disajikan di Arena Café. Menu yang disajikan terdiri dari berbagai macam makanan dan minuman dengan harga yang juga bervariasi dari yang paling murah Rp. 10.000 sampai dengan yang paling mahal Rp. 65.000.

Dari Tabel 1.1 memberikan bukti bahwa akan terciptanya persaingan yang sangat ketat untuk cafe – cafe yang ada di Cikarang karena jumlahnya yang tidak sedikit sehingga menimbulkan penawaran/*supply* yang tinggi dari setiap cafe tersebut. Oleh karena itu, sangat penting bagi setiap pemilik kafe untuk menyediakan berbagai macam produk baru dan lebih baik, yang masing-masing harus disesuaikan dengan selera dan preferensi konsumen. Saat ini cafe dituntut agar dapat menyediakan yang lebih unggul baik dari segi penampilan dan rasa agar dapat membedakan dirinya dari pesaing sehingga dapat mencapai kesuksesan. Dengan adanya pembeda dari segi penampilan dan rasa ini, tidak menutup kemungkinan akan berpengaruh terhadap meningkatnya harga. Peningkatan harga ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen

Untuk mencari tau penyebab jumlah pengunjung yang sedikit di Arena Cafe Cikarang, penulis melakukan *preliminary research* kepada 30 orang responden yang pernah berkunjung dan membeli makanan dan minuman di Arena Cafe Cikarang. Penulis menyebarkan kuisisioner melalui *google form* kepada konsumen Arena Cafe Cikarang. Berdasarkan gambar 1.3 terlihat bahwa 23 orang tidak berniat untuk mengunjungi kembali Arena Cafe Cikarang, sementara 17 orang berniat untuk mengunjungi kembali

Gambar 1.3
Grafik Pengunjung Arena Cafe



Sumber : Olahan Penulis

Tabel 1.3

Hasil Preliminary Research ke pengunjung Arena Cafe

No.	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah Responden	Persentase
1	Jenis Kelamin	Laki - Laki	13	56,6 %
		Perempuan	10	43,4%
2	Usia	< 18 Tahun	4	17,4%
		18 - 25 Tahun	17	73,9%

		26 - 35 Tahun	2	8,7%
3	Seberapa sering anda mengunjungi Arena Cafe di Cikarang dalam satu bulan ?	1 Kali	7	30,4%
		> 1 Kali	16	69,6%
4	Mengapa Anda tidak mau kembali ke Arena Cafe Ciakrang?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan di Arena Cafe Cikarang terlalu tinggi dibandingkan dengan tempat sejenis di sekitar area Cikarang. 2. Terlalu mahal untuk ukuran porsi yang diberikan di Arena Cafe Cikarang. 3. Harga makanan dan minuman di Arena Cafe Cikarang terlalu tinggi jika dibandingkan dengan kualitas dan variasi menu yang ditawarkan. 4. Menurut saya, harga di Arena Cafe Cikarang terlalu mahal untuk kantong mahasiswa. 5. Saya merasa kecewa dengan harga yang ditawarkan di Arena Cafe Cikarang karena tidak sesuai dengan harapan. 6. Terlalu mahal untuk menu yang kurang bervariasi di Arena Cafe Cikarang. 7. Harga makanan dan minuman di Arena Cafe Cikarang tidak sebanding dengan pengalaman yang diberikan. 8. Terlalu mahal untuk porsi yang kurang memadai di Arena Cafe Cikarang. 		

		<p>9. Harganya terasa agak tinggi jika melihat variasi makanan dan minuman yang terbatas di Arena Cafe Cikarang.</p> <p>10. Terlalu mahal untuk pilihan yang tidak terlalu banyak di Arena Cafe Cikarang.</p> <p>11. Saya merasa harga di Arena Cafe Cikarang tidak sebanding dengan porsi dan rasa yang diberikan.</p> <p>12. Menurut saya, harga di Arena Cafe Cikarang terlalu mahal untuk kantong mahasiswa.</p> <p>13. Menurut saya, harga di Arena Cafe Cikarang terlalu tinggi untuk menu yang standar.</p> <p>14. Saya merasa harga makanan dan minuman di Arena Cafe Cikarang tidak sebanding dengan rasa dan porsi yang diberikan.</p> <p>15. Saya merasa harga makanan dan minuman di Arena Cafe Cikarang terlalu tinggi mengingat pilihan menu yang terbatas.</p> <p>16. Terlalu mahal untuk hidangan yang biasa-biasa saja di Arena Cafe Cikarang.</p> <p>17. Menurutku, harga makanan dan minuman di Arena Cafe Cikarang terasa agak mahal jika dibandingkan dengan variasi yang tidak terlalu banyak.</p> <p>18. Harganya terasa sedikit mahal mengingat variasi makanan dan minuman yang tidak begitu bervariasi di Arena Cafe Cikarang.</p> <p>19. mahal</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>20. Terlalu mahal untuk pilihan yang kurang beragam di Arena Cafe Cikarang.</p> <p>21. Harga di Arena Cafe Cikarang terlalu tinggi jika melihat variasi yang tidak terlalu beragam.</p> <p>22. harga minuman terlalu mahal</p> <p>23. Menurut saya, harga makanan dan minuman di Arena Cafe Cikarang terlalu mahal untuk kualitas yang ditawarkan.</p>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : Olahan Penulis

Tabel *preliminary research* diatas menunjukkan konsumen yang datang ke Arena Cafe berusia diantara kurang dari 18 tahun sampai dengan umur 35 tahun, lebih banyak anak muda yang datang ke Arena Cafe, sebagian besar pengunjung yang mengisi kuisioner dari penulis adalah mahasiswa yang berkuliah di Cikarang dan memiliki rumah di sekitar Arena Cafe Cikarang. Rata – rata pengunjung datang sekitar satu sampai tiga kali dalam satu bulan. Dari 23 orang pengunjung yang tidak ingin kembali lagi ke Arena Cafe Cikarang, mayoritas alasan mengapa mereka tidak kembali lagi dikarenakan harga yang terlalu mahal. Hal tersebut juga dirasakan oleh penulis yang mencoba untuk memesan minuman di Arena Cafe, harga *Americano* (kopi hitam) satunya adalah Rp.27.000. Serta untuk harga Arena Cafe sendiri lebih mahal dibandingkan cafe yang ada di sekitar. Berdasarkan hasil *preliminary research* diatas, maka penulis ingin mengetahui lebih dalam terkait pengaruh kepuasan atas harga terhadap niat beli ulang konsumen Arena Cafe Cikarang, maka penulis mengajukan judul penelitian “**Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen atas Harga terhadap Niat Beli Ulang konsumen Arena Cafe Cikarang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis harga terhadap niat beli ulang Arena Cafe di Cikarang.

1. Bagaimana kepuasan konsumen atas harga di Arena Cafe Cikarang?

2. Bagaimana niat beli ulang konsumen Arena Cafe di Cikarang?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas harga terhadap niat beli ulang konsumen Arena Cafe di Cikarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat diambil tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kepuasan konsumen atas harga di Arena Cafe Cikarang?
2. Untuk mengetahui niat beli ulang konsumen Arena Cafe di Cikarang?
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen atas harga terhadap niat beli ulang konsumen Arena Cafe di Cikarang?

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh penulis, semoga dapat bermanfaat bagi para pembaca dan seluruh pihak yang terkait, yaitu :

1. Bagi Penulis

Pemahaman penulis tentang bagaimana penetapan harga mempengaruhi kecenderungan pelanggan untuk membeli kembali kemungkinan besar akan berkembang sebagai hasil dari penelitian ini, dan mungkin suatu hari nanti teori ini akan menemukan penerapan praktis.

2. Bagi Arena Cafe Cikarang

Studi ini akan meningkatkan pemahaman Arena Cafe Cikarang tentang preferensi harga pelanggan. Arena Cafe dapat membuat strategi penetapan harga yang lebih efisien untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan mengetahui faktor – faktor kepuasan konsumen atas harga yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan. Penelitian ini juga membantu manajemen Arena Cafe Cikarang menentukan harga yang tepat untuk produk dan layanan mereka. Arena Cafe dapat menyesuaikan harga dengan nilai yang diberikan kepada pelanggan dengan mengetahui sejauh mana harga dapat mempengaruhi keinginan pelanggan untuk membeli produk makanan dan minuman kembali.

3. Bagi Pihak Lain

Temuan penelitian ini harus menjadi masukan bagi penelitian di masa depan dan memberikan wawasan baru tentang bagaimana tingkat kepuasan konsumen atas harga pelanggan mempengaruhi kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian berulang. Informasi ini dapat diterapkan pada berbagai industri untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kesuksesan bisnis.

1.5 Kerangka Pemikiran

Pentingnya pemasaran sebagai sarana meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk atau layanan perusahaan untuk mencapai keuntungan telah mendorong alokasi sumber daya yang signifikan dalam perencanaan pemasaran. Strategi pemasaran 7P menjadi landasan utama dalam pembangunan kesuksesan perusahaan, dengan elemen-elemen seperti *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Analisis ini berfokus pada pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat beli ulang, dengan penekanan pada dimensi harga di Arena Cafe Cikarang.

Arena Cafe Cikarang menawarkan makanan dan minuman dengan harga bervariasi, menjadi faktor yang krusial dalam keputusan pembelian konsumen. Konsep elastisitas harga, yang diperkenalkan oleh Kotler et al. (2022), menyoroti sejauh mana perubahan dalam harga dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat permintaan konsumen. Pertama-tama, harga mencerminkan nilai produk atau layanan. Konsumen secara alami akan menilai apakah harga yang diminta sebanding dengan manfaat atau kualitas yang diberikan. Harga yang terlalu tinggi tanpa manfaat yang sesuai dapat mengurangi daya tarik suatu produk atau layanan, sementara harga yang terlalu rendah mungkin diartikan sebagai indikator kualitas yang kurang baik. Selanjutnya, harga mencakup aspek daya saing. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif seperti restoran atau kafe, harga menjadi faktor penentu daya saing suatu bisnis. Perbandingan harga dengan pesaing sejenis menjadi pertimbangan penting bagi konsumen yang mencari nilai terbaik untuk uang mereka. Kesesuaian dengan kualitas produk atau layanan juga menjadi pertimbangan dalam penetapan harga. Konsumen cenderung mengharapkan harga yang wajar sesuai dengan tingkat kualitas yang diberikan. Harga yang terlalu tinggi tanpa

memenuhi ekspektasi kualitas dapat mengecewakan konsumen, sementara harga yang terlalu rendah mungkin mencurigakan dalam hal kualitas. Selain itu, harga mencerminkan tingkat keterjangkauan produk atau layanan. Harga yang sesuai dengan daya beli target pasar dapat membuka akses kepada lebih banyak konsumen dalam melakukan niat beli ulang.

Keberhasilan dalam menetapkan harga juga berkaitan erat dengan tingkat kepuasan konsumen. Bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa yang pada tingkat harga tertentu apabila manfaat yang dirasakan pelanggan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula (Napitupulu, 2019). Dalam hal ini harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tingkat kepuasan seseorang terhadap suatu produk didasarkan pada seberapa baik persepsi mereka terhadap produk tersebut memenuhi harapan mereka terhadap kinerja atau hasil (Kotler et al., 2022). Sebagaimana dipahami dalam teori pemasaran, kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana produk atau jasa yang diberikan memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Kepuasan konsumen tidak hanya menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, tetapi juga dapat menjadi pendorong utama dalam pembentukan loyalitas. Ketika konsumen merasa puas dengan pengalamannya, mereka cenderung mengembangkan rasa keterikatan dan loyalitas terhadap merek tersebut (Aprileny dan Apri Emarawati, 2019).

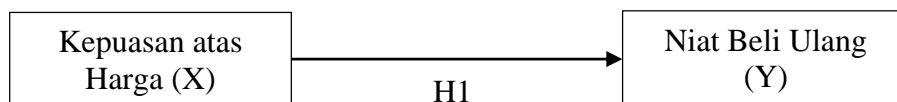
Konsep kepuasan konsumen dan loyalitas saling terkait erat dalam dunia pemasaran. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu produk, toko atau merek, pelanggan memiliki keinginan untuk menggunakan kembali dan melakukan pembelian ulang secara teratur (Tarigan et al., 2019).

Niat beli ulang (*repurchase intention*) merupakan perilaku konsumen yang direncanakan dalam pengambilan keputusan berdasarkan hasil evaluasi terhadap suatu produk atau jasa yang pernah dibelinya dengan kondisi konsumen yang memengaruhinya (Widjajanta et al., 2020). Niat beli ulang merupakan suatu konsep yang menggambarkan kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali terhadap suatu merek atau perusahaan tertentu. Konsep ini, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler et al. (2022), merujuk pada kemungkinan atau kecenderungan seorang pelanggan untuk memilih dan melakukan pembelian berulang terhadap produk atau jasa yang berasal dari merek atau

perusahaan tertentu. Arena Cafe, di mana para pelanggan dapat menikmati beragam produk makanan dan minuman, niat beli ulang menjadi cerminan dari kepuasan dan keterikatan pelanggan terhadap pengalaman mereka di kafe tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kepuasan konsumen atas harga terhadap niat beli ulang konsumen. Analisis ini mempertimbangkan pentingnya strategi harga yang tepat untuk menciptakan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya diharapkan dapat merangsang niat beli ulang. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan dalam membentuk strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan retensi pelanggan di industri kafe. Dengan pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi niat beli ulang, perusahaan dapat mengoptimalkan pengalaman pelanggan dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam menjaga loyalitas pelanggan.

Gambar 1.4
Conceptual Model



1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian yang ada diatas penulis menyimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Kepuasan harga berpengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen Arena Cafe Cikarang.