

**USULAN PERBAIKAN BAGI TERBIS COFFEE
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUASAN DAN MINAT BELI ULANG KEDAI KOPI**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:
Nama : Royan Deputra
NPM : 6131901213



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2024**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Royan Deputra
NPM : 6131901213
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN BAGI TERBIS COFFEE
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUASAN DAN MINAT BELI ULANG KEDAI KOPI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 6 Februari 2024

**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 : Royan Deputra

NPM : 6131901213

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**“USULAN PERBAIKAN BAGI TERBIS COFFEE BERDASARKAN FAKTOR
YANG MEMENGARUHI KEPUASAN DAN MINAT BELI ULANG 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, 7 Januari 2024

Royan Deputra

NPM : 6131901213

ABSTRAK

Salah satu tren yang sedang marak bermunculan di lingkungan masyarakat, khususnya di Indonesia adalah tren minum kopi di *coffee shop*. Terbis Coffee merupakan salah satu kedai kopi yang menjual minuman kopi, non kopi, dan makanan, namun penjualan minuman kopi dan non kopi pada kedai kopi sering kali tidak mencapai target yang telah ditentukan oleh pemilik usaha. Setelah melakukan wawancara kepada pemilik dan pelanggan Terbis Coffee, tidak tercapainya target itu diduga karena minimnya kepuasan dan minat beli ulang dari pelanggan, maka dari itu perlu dilakukan suatu perbaikan untuk meningkatkan kepuasan dan minat beli ulang pelanggan Terbis Coffee. Penelitian ini dilakukan dengan mengembangkan studi terdahulu dan berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan. Dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner untuk responden yang pernah berkunjung ke kedai kopi yang berada di kawasan Bandung Timur dan kawasan sekitar Terbis Coffee. Dari hasil penyebaran didapatkan 133 responden. Selanjutnya dilakukan pengolahan data menggunakan metode PLS-SEM dengan mengevaluasi model pengukuran dan model struktural. Dilakukan pengukuran kepuasan dan minat beli ulang pada variabel yang memengaruhi kepuasan dan minat beli ulang pelanggan Terbis Coffee berdasarkan nilai rata-rata dari indikator variabel jawaban responden. Dari hasil pengolahan data didapat faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung yaitu suasana kafe, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Kemudian faktor yang memengaruhi minat beli ulang secara langsung yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Suasana kafe dan kualitas produk memengaruhi minat beli ulang melalui variabel mediasi. Selanjutnya diberikan 10 usulan perbaikan berdasarkan faktor yang memengaruhi kepuasan dan minat beli ulang dengan membuat SOP, mengganti kemasan, membuat pelatihan pekerja, meminta masukan kepada pelanggan, dan menyediakan alat pemanggil pekerja.

ABSTRACT

One of the trends that is emerging in society, especially in Indonesia, is the trend of drinking coffee at coffee shops. Terbis Coffee is one of the coffee shops that sells coffee, non-coffee and food drinks, but sales of coffee and non-coffee drinks at coffee shops often do not reach the target set by the business owner. After conducting interviews with the owner and customers of Terbis Coffee, the non-achievement of the target is suspected to be due to the lack of satisfaction and repurchase interest from customers, therefore it is necessary to make an improvement to increase the satisfaction and repurchase interest of Terbis Coffee customers. This research was conducted by developing previous studies and based on the identification of problems. A questionnaire was prepared and distributed to respondents who had visited coffee shops in the East Bandung area and the area around Terbis Coffee. From the distribution results obtained 133 respondents. Furthermore, data processing is carried out using the PLS-SEM method by evaluating the measurement model and structural model. Measurement of satisfaction and repurchase interest in variables that influence the satisfaction and repurchase interest of Terbis Coffee customers based on the average value of the variable indicators of respondents' answers. From the results of data processing, it is found that the factors that directly affect customer satisfaction are cafe atmosphere, service quality, and product quality. Then the factors that influence repurchase intention directly are service quality and customer satisfaction. Cafe atmosphere and product quality influence repurchase intention through mediating variables. Furthermore, 10 suggestions for improvement are given based on factors that influence satisfaction and repurchase interest by making SOPs, changing packaging, conducting worker training, asking customers for feedback, and providing worker caller devices.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan bagi Terbis Coffee Berdasarkan Faktor yang memengaruhi Kepuasan dan Minat Beli Ulang Kedai Kopi”. Penulisan laporan penelitian ini disusun demi memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan. Pada penulisan skripsi ini terdapat pihak-piihak yang memberikan bimbingan, dukungan, nasihat, bantuan, serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada.

1. Ibu Dr.Hotna Marina Rosaly Sitorus S.T., M.M., selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang dapat membantu penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi.
2. Bapak Ir. Romy Loice S.T., M.T. dan Ibu Ir. Yani Herawati, S.T., M.T., selaku dosen penguji proposal dan sidang skripsi yang telah memberikan masukan kepada penulis.
3. Bapak Bayu Nugroho selaku teman sekaligus pemilik Terbis Coffee yang telah membantu dalam pengambilan data penelitian.
4. Orang tua, kedua kakak, dan kedua kakak ipar yang telah memberikan dukungan, masukan, dan doa yang tiada henti dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama di bangku perkuliahan.
6. Seluruh sahabat di masa perkuliahan, Deanna, Adila, Arvan, Trixie, Nabil, Dzikri, Soraya, Irza, Daryrl, Matthew, Arul yang selalu memberi dukungan dan semangat dari semester 1 hingga sekarang..
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi.

Ucapan terima kasih penulis kepada pihak-pihak yang telah disebutkan diatas. Akhir kata, penulis memohon maaf bila terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan penulis berharap terdapat kritik maupun saran dari pembaca. Kritik dan saran tersebut dapat menyempurnakan kekurangan dari penelitian skripsi ini, sehingga dapat memberikan manfaat bagi pihak pembaca. Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan atas seluruh perhatian, dukungan, dan doa penulis ucapkan terima kasih.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-10
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-11
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-11
I.6 Metodologi Penelitian	I-11
I.7 Sistematika Penulisan	I-14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Kafe	II-1
II.2 Consumer Behavior.....	II-1
II.3 Minat Beli Ulang dan Kepuasan Pelanggan	II-2
II.4 Penelitian Kepuasan dan Minat Beli Ulang	II-4
II.4.1 Penelitian Raihana dan Setiawan (2018).....	II-5
II.4.2 Penelitian Shartykarini, Firdaus, dan Rusniati (2016)	II-5
II.4.3 Penelitian Safitri dan Yuni (2022).....	II-6

II.5 Teknik Sampling	II-7
II.6 Structural Equation Modeling (SEM).....	II-9
II.7 PLS-SEM	II-11
II.8 Jumlah Sampel	II-12
II.9 Importance Performance Matrix Analysis (IPMA).....	II-13
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Pengembangan Model Penelitian	III-1
III.2 Operasionalisasi Variabel	III-5
III.3 Pengembangan Alat Ukur.....	III-8
III.4 Pengambilan Data.....	III-8
III.4.1 Populasi.....	III-9
III.4.2 Sampel	III-9
III.4.3 Pretest.....	III-9
III.4.4 Penyebaran Kuesioner	III-9
III.5 Pengolahan Data.....	III-10
III.5.1 Profil Responden	III-10
III.6 Pengujian Model Penelitian	III-12
III.7 Model Pengukuran (Outer Model)	III-14
III.7.1 Uji Reliabilitas Indikator	III-14
III.7.2 Uji Reliabilitas Konsistensi Internal	III-16
III.7.3 Uji Validitas Konvergen.....	III-18
III.7.4 Uji Validitas Diskriminan.....	III-19
III.8 Model Struktural (Inner Model)	III-22
III.9 Persepsi Pelanggan Terhadap Terbis Coffee	III-26
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Profil Responden.....	IV-1
IV.2 Analisis Evaluasi Model Pengukuran (outer model).....	IV-3

IV.3 Analisis Model Struktural (Inner Model).....	IV-5
IV.4 Analisis Prioritas Usulan.....	IV-9
IV.5 Usulan Perbaikan.....	IV-10
IV.5.1 Usulan Perbaikan Kualitas Produk.....	IV-10
IV.5.2 Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan	IV-12
IV.5.3 Usulan Perbaikan Suasana Kafe	IV-15
IV.6 Evaluasi Usulan Perbaikan.....	IV-16
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran	V-2
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN A	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Tabel Frekuensi Kedatangan Responden Terbis Coffee	I-6
Tabel I. 2 Rekapitulasi Wawancara Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Memilih Kafe.....	I-8
Tabel II. 1 Perbedaan Kriteria CB-SEM dan PLS-SEM	II-10
Tabel III. 1 Variabel Penelitian.....	III-1
Tabel III. 2 Operasional Variabel	III-6
Tabel III. 3 Profil Responden.....	III-10
Tabel III. 4 Nilai Outer Loading Awal	III-14
Tabel III. 5 Nilai Outer Loading Akhir	III-15
Tabel III. 6 Nilai Composite Reliability Awal.....	III-17
Tabel III. 7 Nilai Composite Reliability Akhir	III-17
Tabel III. 8 Nilai AVE Awal	III-18
Tabel III. 9 Nilai AVE Akhir.....	III-18
Tabel III. 10 Nilai Cross Loading	III-19
Tabel III. 11 Kriteria Fornell-Larcker	III-20
Tabel III. 12 Nilai VIF.....	III-22
Tabel III. 13 Analisis Path Coefficient	III-23
Tabel III. 14 Analisis Total Effect.....	III-24
Tabel III. 15 Nilai R Square	III-25
Tabel III. 16 Rata-rata Variabel Faktor Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang Terbis Coffee	III-27
Tabel IV. 1 Usulan Perbaikan Kualitas Produk	IV-11
Tabel IV. 2 Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan.....	IV-12
Tabel IV. 3 Usulan Perbaikan Suasana Kafe.....	IV-15
Tabel IV. 4 Evaluasi Usulan Perbaikan.....	IV-17

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Data Jumlah Kafe di Bandung Tahun 2014-2021.	I-2
Gambar I. 2 Suasana Terbis Coffee	I-2
Gambar I. 3 Pendapatan Terbis Coffee 2023	I-3
Gambar I. 4 Penjualan Terbis Coffee Bulan Juni 2023	I-4
Gambar I. 5 Penjualan Terbis Coffee Bulan Juli 2023	I-5
Gambar I. 6 Diagram minat tidaknya mengunjungi Terbis Coffee.....	I-7
Gambar I. 7 Flowchart Metodologi Penelitian.....	I-12
Gambar II. 1 Model Penelitian Raihana dan Setiawan (2018).....	II-5
Gambar II. 2 Model Penelitian Shartykarini et al. (2016)	II-6
Gambar II. 3 Model Penelitian Safitri dan Yuni (2022).....	II-7
Gambar II. 4 Path Model PLS-SEM	II-11
Gambar II. 5 Importance-Performance Matrix Analysis	II-13
Gambar III. 1 Model Penelitian.....	III-5
Gambar III. 2 Model Penelitian Awal pada Software SmartPLS	III-13
Gambar III. 3 Model Penelitian Akhir pada Software SmartPLS	III-21
Gambar III. 4 Model Penelitian Signifikan	III-26
Gambar III. 5 Importance-Performance Map Analysis (IPMA).....	III-28
Gambar IV. 1 Bel Pemanggil Pelayan	IV-14
Gambar IV. 2 Dekorasi Dinding Kedai Kopi.....	IV-16

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang permasalahan yang dihadapi dalam penelitian. Pada bab ini terdapat identifikasi dan perumusan masalah yang berfungsi untuk merumuskan permasalahan yang dihadapi. Pada penelitian kali ini ditentukan juga batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam ruang lingkup bisnis modern dapat dilihat dari adanya kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi ini pula yang mendorong akan perubahan dari mulai gaya hidup hingga pola pikir masyarakat yang terus berkembang dan tidak lepas dari pengaruh globalisasi (Sari & Lestari, 2019). Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut membuat masyarakat dan perusahaan harus bisa saling mengimbangi. Pertumbuhan dan perkembangan bisnis yang pesat mengharuskan suatu usaha untuk bersaing dalam memasarkan suatu produk atau jasa yang mereka hasilkan (Sholihah, 2020). Akibat dari adanya persaingan tersebut masyarakat memiliki lebih banyak pilihan terhadap produk atau jasa yang sedang dibutuhkannya. Masing-masing produk dan jasa tersebut saling mempromosikan akan kelebihan dan keunikan dari masing masing produk atau jasa yang ditawarkan. Namun dari pandangan perusahaan, pertumbuhan dan perkembangan bisnis membuat semakin ketatnya persaingan yang terjadi di dunia bisnis dengan berlomba lomba-menciptakan inovasi yang menarik demi memikat pelanggan. Salah satu persaingan yang sering terjadi adalah persaingan bisnis di bidang *food and beverages*.

Seiring kemajuan teknologi dan informasi, persaingan bisnis di bidang *food and beverages* terus berkembang dengan mengikuti tren yang sedang berlangsung di lingkungan masyarakat dari waktu ke waktu. Salah satu tren yang sedang marak bermunculan di lingkungan masyarakat, khusus nya di Indonesia adalah tren minum kopi di *coffee shop*. Saat ini tren minum kopi di *coffee shop* atau yang biasa disebut dengan 'ngopi' tidak hanya sekedar untuk menghilangkan

kantuk, namun sebagai bagian dari gaya hidup (Wardhana, Kartawinata, & Syahputra, 2014). Dengan begitu *coffee shop* menjadi tempat berkumpul yang sangat diminati khususnya di kota Bandung. Dengan adanya tren tersebut membuat usaha *coffee shop* di Bandung semakin menjamur.

id	kode_provinsi	nama_provinsi	kode_kabupaten_kota	nama_kabupaten_kota	jumlah_cafe	satuan	tahun
137	32	JAWA BARAT	3204	KABUPATEN BANDUNG	25	UNIT	2019
154	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	41	UNIT	2019
164	32	JAWA BARAT	3204	KABUPATEN BANDUNG	25	UNIT	2020
181	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	50	UNIT	2020
191	32	JAWA BARAT	3204	KABUPATEN BANDUNG	81	UNIT	2021
208	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	99	UNIT	2021

Gambar I. 1 Data Jumlah Kafe di Bandung Tahun 2014-2021.

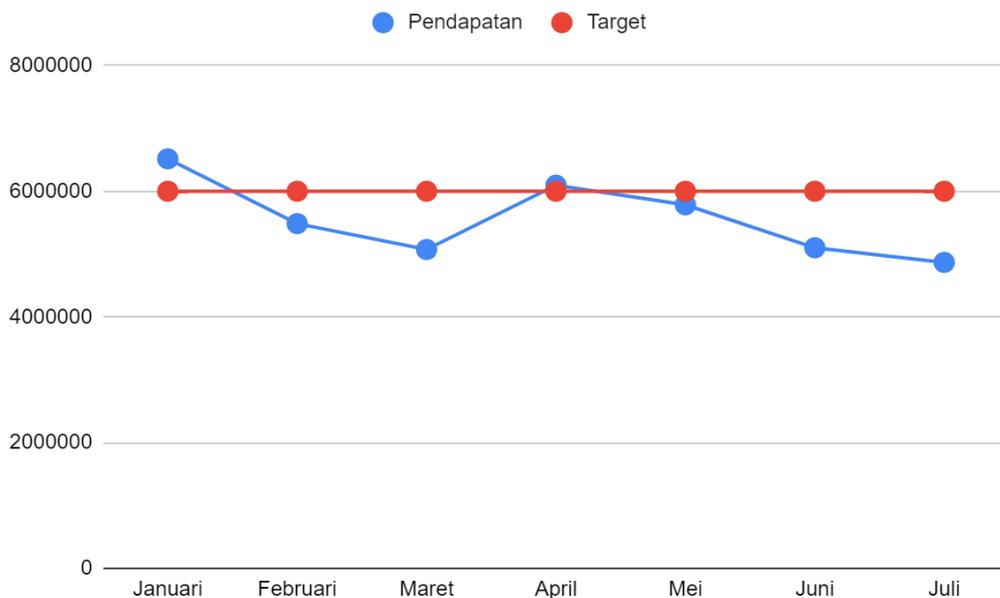
(Sumber: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>)

Berdasarkan data pada Gambar I.1 yang diambil dari sumber Open Data Jabar, dapat dilihat bahwa pertumbuhan kafe atau *coffee shop* di Bandung berkembang dengan pesat. Hal tersebut tentunya membuat persaingan antar pengusaha *coffee shop* semakin ketat. Beragam variasi produk serta konsep unik dari suasana *coffee shop* mulai diciptakan demi memikat pelanggan yang ada di kota Bandung. Salah satu *coffee shop* tersebut adalah Terbis Coffee.



Gambar I. 2 Suasana Terbis Coffee

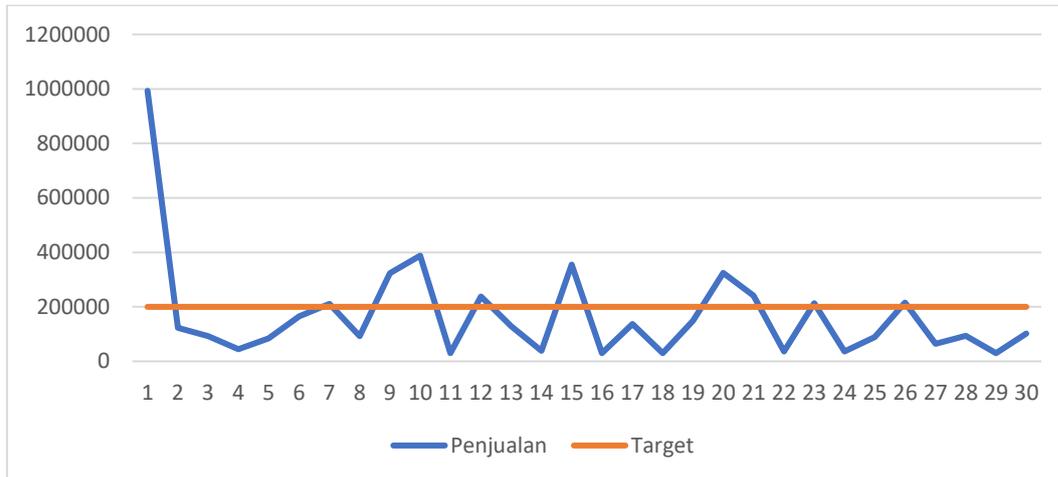
Gambar I.2 merupakan suasana yang ada pada salah satu kafe yang ada di Bandung yaitu Terbis Coffee. Terbis Coffee merupakan salah satu kafe yang menjual minuman kopi, non kopi, dan makanan yang memiliki lokasi di Jl. Mekar Mulya No.33, Cipadung Kulon, Kec. Panyileukan, Kota Bandung, Jawa barat. Terbis Coffee dibuka di Bandung pada tahun 2020 lalu. Meskipun pada 2020 terdapat pandemi COVID-19 penjualan makanan ataupun minuman pada bulan pertama cukup tinggi atau berada diatas target penjualan yang telah ditetapkan oleh pemilik cafe tersebut. Sayangnya, tingginya penjualan hanya berlangsung sebentar dikarenakan tingginya kasus COVID-19 yang membuat pemerintah harus melakukan *lockdown* total kembali. Sepinya pengunjung dikala itu masih diwajari oleh pemilik kafe, namun seiring berjalannya waktu saat pemerintah mencabut status pandemi COVID-19 Terbis Coffee masih saja sepi pengunjung. Berikut merupakan data penjualan minuman di Terbis Coffee selama tahun 2023.



Gambar I. 3 Pendapatan Terbis Coffee 2023

Berdasarkan data pendapatan Terbis Coffee yang dapat dilihat pada Gambar I.3, berbagai upaya sudah dilakukan oleh pemilik kafe. Dari mulai mengadakan promo ataupun event. Event yang diadakan oleh pemilik berupa event seasonal ataupun event menonton pertandingan sepak bola atau biasa disebut dengan 'nobar'. Dengan pemilik mengadakan event, penjualan makanan ataupun minuman di Terbis Coffee pada saat itu meningkat. Penjualan saat adanya

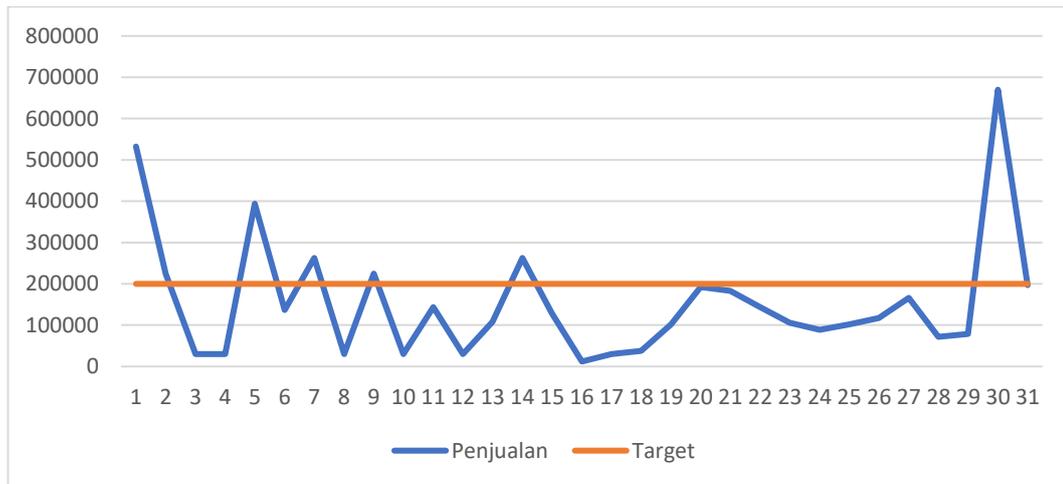
event tentunya berada jauh diatas dari target penjualan yang telah di tetapkan. Namun setelah event berakhir, penjualan akan kembali menurun dan berada dibawah target penjualan. Berikut merupakan data penjualan di Bulan Juni 2023.



Gambar I. 4 Penjualan Terbis Coffee Bulan Juni 2023

Berdasarkan Gambar I.4 grafik penjualan Terbis Coffee sangatlah kecil, bahkan banyak yang dibawah target penjualan. Diketahui bahwa pada Gambar I.4 data penjualan diambil sepanjang bulan Juni. Dapat dilihat pada Gambar 2 dihari tertentu terdapat penjualan yang jauh diatas target penjualan. Pada tanggal 1 Juni 2023 penjualan di Terbis Coffee melonjak tinggi dikarenakan pemilik cafe sedang mengadakan event pada hari tersebut. Namun dihari berikutnya penjualan menurun kembali.

Tidak jauh berbeda dengan bulan sebelumnya yaitu bulan Juni, dapat dilihat pada Gambar I.5 grafik penjualan Terbis Coffee masih jauh dari target penjualan yang sudah ditetapkan oleh pemilik kafe. Diketahui bahwa data tersebut diambil sepanjang bulan Juni. Pada tanggal 1 dan 30 Juli pemilik berupaya untuk membuat event menonton pertandingan bola bersama. Pada tanggal tersebut penjualan di Terbis Coffee meningkat. Meningkatnya penjualan minuman tidak bertahan lama dikarenakan hanya ramai pengunjung saat tanggal 1 dan 30 saja dan pada hari hari berikutnya kedai kopi kembali sepi pengunjung.



Gambar I. 5 Penjualan Terbis Coffee Bulan Juli 2023

Penjualan merupakan faktor yang penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Apabila penjualan yang terjadi di suatu usaha terus menurun maka profit yang didapat oleh pemilik akan ikut menurun. Sedangkan biaya yang dikeluarkan oleh pemilik harus terus dikeluarkan agar usaha tersebut bisa tetap berjalan. Maka dari itu, pemilik cafe perlu untuk mengetahui faktor apa saja yang menyebabkan penjualan di Terbis Coffee menurun meskipun sudah berupaya dengan mengadakan event atau promo. Pemilik kafe juga perlu segera berupaya untuk mengatasi tidak tercapainya target penjualan di Terbis Coffee.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Untuk mengidentifikasi penyebab tidak tercapainya target penjualan di Terbis Coffee, dilakukan wawancara terhadap pemilik *kafe*. Pada proses wawancara dengan pemilik *kafe* diajukan beberapa pertanyaan mengenai upaya apa saja yang sudah dilakukan oleh pemilik kafe demi meningkatkan penjualan serta dugaan apa saja yang mungkin terjadi sehingga penjualan di Terbis Coffee dibawah dari target penjualan yang sudah ditetapkan.

Pihak pemilik kafe menduga beberapa masalah terkait terjadinya sepi pengunjung meski sudah berupaya untuk mengadakan event dan promo. Dugaan yang pertama yaitu karena lokasi dari Terbis Coffee yang berada jauh dari pusat kota. Dugaan kedua yaitu pemilik kafe menduga sepi nya pengunjung dikarenakan variasi produk yang ditawarkan kurang beragam. Dugaan ketiga yaitu karena harga yang ditetapkan terlalu mahal bagi masyarakat yang ada di sekitar wilayah

Terbis Coffee. Selain itu pemilik kafe sempat menduga bahwa adanya kafe lain yang ada di sekitar wilayah yang dekat dengan Terbis Coffee memberikan dampak terkait sepi nya pengunjung yang datang untuk membeli kopi di Terbis Coffee.

Berdasarkan hasil wawancara berbagai upaya telah dilakukan oleh pemilik kafe. Salah satu upayanya adalah dengan membuat promo serta mengadakan event di hari-hari spesial atau saat sedang ada pertandingan olahraga yang digemari oleh kalangan anak muda. Salah satu contoh promo yang biasanya dilakukan yaitu dengan memberi potongan harga atau diskon sebesar 20% hingga 30% untuk setiap pembelian minuman ketika event nonton Persib bareng di area Terbis Coffee. Namun dengan diadakan event dan promo tersebut, kafe hanya ramai pengunjung di saat event atau promo sedang berlangsung dan kembali sepi di hari-hari biasa.

Pemilik kafe memiliki target yaitu meningkatkan penjualan minuman di Terbis Coffee. Hingga saat ini pemilik memiliki banyak pelanggan yang berdatangan ke kafe, namun hanya sedikit pelanggan yang tetap datang kembali dan membeli minuman di Terbis Coffee. Rendahnya minat beli ulang pelanggan berhubungan dengan tidak terpenuhinya keinginan pelanggan. Maka dari itu pemilik kafe perlu mengetahui hal apa saja yang dapat memengaruhi minat beli ulang pelanggan.

Selain melakukan wawancara terhadap pemilik kafe, selanjutnya adalah melakukan wawancara kepada pelanggan yang telah mengunjungi Terbis Coffee. Terdapat 31 responden untuk mengidentifikasi masalah berdasarkan sudut pandang dari pelanggan. Pertanyaan pertama yang diajukan kepada responden yaitu meliputi perkenalan nama, umur, dan pekerjaan. Pertanyaan dilanjutkan dengan menanyakan frekuensi kedatangan responden ke Terbis Coffee. Terdapat beragam jawaban yang diperoleh dari 31 responden yaitu dengan frekuensi kedatangan 1 kali, 2 kali, 3 kali, dan lebih dari 4 kali. Berikut merupakan hasil rekapitulasi mengenai frekuensi kedatangan ke Terbis Coffee.

Tabel I. 1 Tabel Frekuensi Kedatangan Responden Terbis Coffee

Frekuensi	Jumlah Responden
1 kali	21
2 kali	3

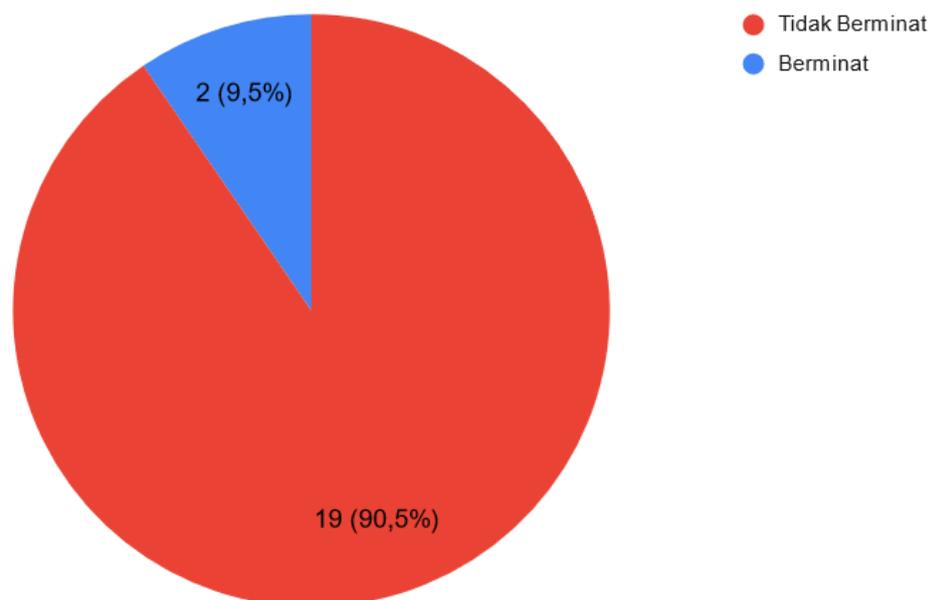
(lanjut)

Tabel I.1 Tabel Frekuensi Kedatangan Responden Terbis Coffee (lanjutan)

Frekuensi	Jumlah Responden
3 kali	4
>3 kali	3

Berdasarkan hasil rekapitulasi mengenai frekuensi kedatangan responden, diketahui bahwa sebanyak 21 responden baru pernah sekali datang mengunjungi Terbis Coffee. Sebanyak 3 orang pernah mengunjungi Terbis Coffee sebanyak 2 kali. Lalu sebanyak 4 orang pernah mengunjungi Terbis Coffee sebanyak 3 kali. Terdapat 3 orang pernah mengunjungi Terbis Coffee sebanyak lebih dari 3 kali. Dari hasil wawancara mengenai frekuensi kedatangan ini dapat diketahui bahwa Terbis Coffee hanya memiliki sedikit pelanggan setia dan sisanya adalah pelanggan baru.

Kepada 21 Responden dengan frekuensi kedatangan baru 1 kali akan ditanya mengenai minat atau tidaknya untuk mengunjungi lagi Terbis Coffee. Sebanyak 21 responden, 19 diantaranya tidak berniat untuk mengunjungi Terbis Coffee. Lalu 2 responden lainnya berminat untuk mengunjungi Terbis Coffee lagi. Data ini menunjukkan masalah niat beli yang rendah. Berikut merupakan diagram hasil wawancara mengenai minat atau tidaknya berkunjung lagi ke Terbis Coffee.



Gambar I. 6 Diagram minat tidaknya mengunjungi Terbis Coffee.

Pada Gambar 1.6 diperlihatkan gambar diagram minat tidaknya mengunjungi Terbis Coffee. Kepada 21 responden dilakukan wawancara lebih lanjut mengenai alasan berminat atau tidaknya untuk mengunjungi Terbis Coffee lagi. Sebanyak 2 responden yang menjawab berminat beralasan karena harga minuman di Terbis Coffee terjangkau dan lokasi Terbis Coffee yang sejalan dengan jalan dari rumah mereka ke kampus. Sedangkan 19 responden lain yang menjawab tidak berminat beralasan karena suasana di Terbis Coffee kurang mendukung karena sering terdengar suara bising dari kendaraan yang lewat, desain dan dekorasi *kafe* yang kurang menarik, wi-fi yang lambat, banyak stop kontak yang tidak berfungsi, lahan parkir yang tergolong sempit apalagi bagi responden yang membawa mobil, dan lokasi yang jauh dari pusat kota. Keluhan yang banyak menandakan bahwa pelanggan memiliki ketidakpuasan terhadap Terbis Coffee. Hal tersebut tentunya berpengaruh terhadap penjualan yang selama ini dilakukan oleh Terbis Coffee. Berdasarkan wawancara lebih lanjut terhadap 21 responden didapatkan faktor apa saja yang menjadi pertimbangan mereka dalam memilih *kafe*. Hasil dari Faktor yang menjadi pertimbangan mereka dalam memilih *kafe* adalah sebagai berikut.

Tabel 1. 2 Rekapitulasi Wawancara Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Memilih Kafe

No	Faktor	Frekuensi
1	Suasana	19
2	Fasilitas dan Pelayanan	16
3	Rasa dan Variasi Minuman	10
4	Lokasi	8
5	Harga	7

Tabel 1.2 merupakan hasil rekapitulasi wawancara terhadap faktor apa saja yang menjadi pertimbangan responden dalam memilih *kafe* didapat bahwa 19 orang memilih *kafe* yang bersuasana nyaman untuk dikunjungi. Sebanyak 16 orang memilih *kafe* yang memiliki pelayanan dan fasilitas yang baik berupa wi-fi, stop kontak dan lahan parkir yang memadai untuk dikunjungi. Sebanyak 10 orang memilih *kafe* untuk dikunjungi dengan rasa dari minuman yang enak dan memiliki variasi minuman yang banyak. Sebanyak 8 orang memilih *kafe* yang dekat dengan

wilayah mereka untuk dikunjungi. Sebanyak 7 orang memilih kafe dengan harga yang terjangkau untuk dikunjungi.

Menurut Kotler dan Keller (2015) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap hasil dari kinerja sebuah produk terhadap ekspektasi yang diharapkan. Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah dilakukan sebelumnya terdapat banyak keluhan yang dikemukakan oleh orang yang pernah berkunjung ke Terbis Coffee. Banyak nya keluhan tersebut menandakan bahwa ekspektasi yang diharapkan oleh pengunjung tidak sesuai dengan apa yang dirasakan saat berkunjung ke Terbis Coffee. Menurut Tahulending et al. (2023) pelayanan yang melebihi harapan dari pelanggan akan menjadi suatu penilaian yang sangat baik karena dapat melebihi ekspektasi atau harapan dari pelanggan tersebut. Setiap pelanggan memiliki eskpetasi dengan tingkat yang berbeda, semakin tinggi eskpetasi yang diharapkan, akan semakin tinggi pelayanan yang diinginkan pelanggan untuk memenuhi kepuasan dalam pelayanan. Sebuah kafe akan berjalan dengan baik tergantung pada kepuasan pelanggan, karena ketika pelanggan tidak merasa puas dengan kafe tersebut maka mereka akan sangat mudah untuk tidak kembali lagi ke kafe tersebut (Tahulending et al, 2023). Menurut Wulansari dan Nuzil (2023) dengan terpenuhinya ekspektasi pelanggan terhadap apa yang diharapkannya pada tempat yang dikunjungi, dapat membuat pelanggan tersebut loyal hingga melakukan pembelian ulang di tempat tersebut.

Menurut Tahulending, Kakalang, Pasuhuk, dan Karinda (2023), kepuasan pelanggan dapat dilihat dari seberapa sering pelanggan datang di kafe tersebut. Tahulending et al. (2023) berpendapat bahwa kualitas pelayanan, keragaman menu, persepsi harga, dan lokasi mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pelanggan. Dari penelitian yang telah dilakukan didapat bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat beli ulang pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wulansari and Nuzil (2023), Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Pada penelitian tersebut diketahui bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh susana kafe dan kualitas pelayanan kafe. Dari penelitian tersebut didapat bahwa faktor tersebut berpengaruh terhadap kepuasan

pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh Putra and Kusumadewi (2019) membahas mengenai pengaruh inovasi produk terhadap niat pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis pada penelitian tersebut dapat dikemukakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Bakery Patisserie & Kafe Sanur*. Dalam penelitian tersebut didapat bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pelanggan pada *Bakery Patisserie & Kafe Sanur*. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh positif inovasi produk terhadap niat beli ulang pelanggan pada *Bakery Patisserie & Kafe Sanur*.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diketahui, maka dibutuhkan untuk identifikasi mengenai faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat beli ulang. Dengan mengetahui faktor tersebut, dapat disusun upaya perbaikan demi meningkatkan minat beli ulang pada Terbis Coffee. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan pelanggan di kedai kopi?
2. Faktor-faktor apa yang memengaruhi minat beli ulang pelanggan di kedai kopi?
3. Usulan apa yang dapat diberikan di Terbis Coffee?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan penentuan batasan masalah. Batasan masalah ditujukan untuk membatasi lingkup penelitian agar penelitian menjadi lebih efektif dan efisien. Asumsi penelitian ditetapkan agar dapat mempermudah penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan beberapa batasan masalah yang telah ditentukan.

1. Penelitian yang dilakukan hanya kepada responden yang berada di kawasan Terbis Coffee.
2. Penelitian hanya berfokus pada penjualan minuman di Terbis Coffee
3. Penelitian dilakukan sampai tahap usulan dan saran.

Selain batasan masalah, terdapat asumsi yang digunakan dalam penelitian ini. Asumsi yang digunakan dalam penelitian Terbis Coffee yaitu tidak

adanya perubahan produk, kualitas, tempat, dan kebijakan yang sudah ada pada Terbis Coffee selama penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang didapat selama proses penelitian, terdapat beberapa tujuan yang akan dicapai. Tujuan penelitian ini sendiri merupakan jawaban dari rumusan masalah. Berikut ini merupakan tujuan penelitian yang telah ditentukan.

1. Mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan di kedai kopi.
2. Mengetahui faktor-faktor apa yang memengaruhi minat beli ulang pelanggan di kedai kopi.
3. Memberikan usulan di Terbis Coffee.

I.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, terdapat manfaat yang dapat diperoleh bagi pihak penulis dan pembaca. Terutama pada para peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang serupa. Berikut merupakan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian yang dilakukan di Tebis Coffee.

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, manfaat yang dapat diperoleh bagi perusahaan yaitu membantu perusahaan untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan dan minat beli ulang. Selain itu usulan yang diberikan pada penelitian ini dapat menjadi acuan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk memperbaiki kendala yang sedang dialami.

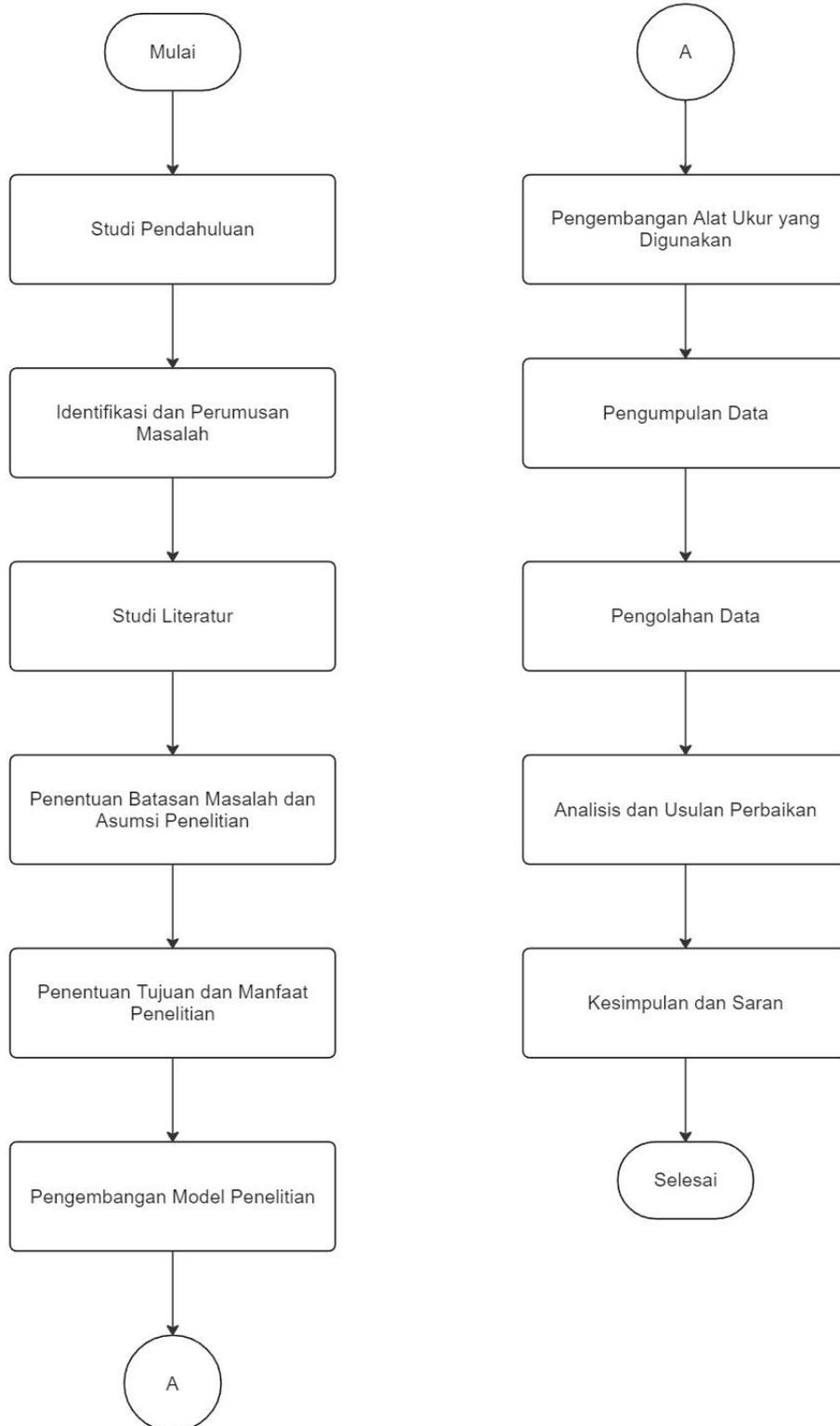
2. Bagi Peneliti

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, manfaaat yang dapat diperoleh oleh peneliti yaitu diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor yang mempengaruhi minat beli ulang. Selain itu diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi refrensi bagi peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya yang akan dilakukan di kemudian hari.

I.6 Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian pada Terbis Coffee ini tentunya diperlukan sebuah metode yang tepat agar penelitian dapat sesuai. Metodologi penelitian

bertujuan untuk dapat menunjang berjalannya penelitian secara terstruktur. Metodologi penelitian ini tersusun sebagai berikut.



Gambar I. 7 Flowchart Metodologi Penelitian

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan langkah pertama yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini. Pada langkah ini dilakukan studi lapangan dan observasi awal di Terbis Coffee. Observasi ini dilakukan dengan mengamati kondisi kafe serta melakukan wawancara kepada pemilik kafe untuk mengetahui permasalahan yang terjadi

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Langkah Selanjutnya adalah melakukan identifikasi dan rumusan masalah. Identifikasi masalah dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pemilik cafe serta wawancara kepada pelanggan yang pernah atau sedang mengunjungi Terbis Coffee. Setelah dilakukan wawancara, selanjutnya melakukan identifikasi lebih lanjut untuk mengetahui secara pasti masalah yang terjadi pada Terbis Coffee dan dilanjutkan dengan membuat perumusan masalah yang terjadi di cafe tersebut.

3. Studi Literatur

Agar dapat mendukung permasalahan yang sedang diteliti dan mengetahui teori-teori yang digunakan terkait penelitian, maka diperlukan studi literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang ada pada Terbis Coffee.

4. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada bagian ini dilakukan pembatasan masalah dan asumsi penelitian agar menyederhanakan dan mempermudah proses penelitian. Pembatasan masalah dan asumsi penelitian dibuat agar penelitian yang dilakukan berfokus pada permasalahan yang terjadi di Tebis Coffee.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Langkah selanjutnya yaitu menentukan tujuan dilakukannya peneliiian. Penentuan tujuan penelitian ni dilakuan untuk menjawab seluruh rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Penentuan dari tujuan penelitian ini dijadikan sebagai acuan keberhasilan penelitian. Selanjutnya dilakukan penentuan manfaat penelitian. Manfaat penelitian ditujukan kepada pihak yang nantinya dapat diuntungkan dengan adanya penelitian ini.

6. Pengembangan Model Penelitian

Pada tahap ini ditentukan model penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah yang sebelumnya telah ditetapkan. Sebagai langkah awal sebelum dilakukannya pengumpulan dan pengolahan data, maka perlu ditentukan terlebih

dahulu variabel serta indikator yang diduga memengaruhi minat beli ulang pada pelanggan di Terbis Coffee. Penentuan indikator didasarkan pada studi literatur serupa dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

7. Pengembangan Alat Ukur yang Digunakan

Pada bagian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Pada bagian ini akan dilakukan penentuan atribut yang akan menjadi variabel dalam penyusunan kuesioner yang nantinya akan diberikan kepada pelanggan di Terbis Coffee. Hal ini diperlukan untuk menentukan atribut yang sesuai dengan model penelitian.

8. Pengumpulan Data

Setelah membuat kuesioner, selanjutnya pada bagian ini pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Penyebaran kuesioner akan dilakukan kepada pelanggan Terbis Coffee. Dalam Penyebaran kuesioner akan dilakukan metode *samplingi* dan jumlah *sample* minimum.

9. Pengolahan Data

Pada tahap ini akan dilakukan pengolahan data. Pengolahan data dilakukan pada data yang telah dikumpulkan dari kuesioner. Pada tahap ini dilakukan perhitungan serta pengujian berdasarkan data yang didapat dari kuesioner.

10. Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan. Setelah analisis dilakukan maka selanjutnya adalah memberikan usulan perbaikan yang sesuai berdasarkan analisis yang telah dilakukan.

11. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini merupakan tahap terakhir dari penelitian. Pada tahap ini akan dibahas mengenai kesimpulan yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan, saran bagi pemilik Terbis Coffee, serta saran bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini berisi mengenai sistematika penulisan dari penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam memahami tujuan dari setiap bab yang ditulis. Sistematika penulisan terdiri

dari pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, serta kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan terhadap setiap bab.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini dijelaskan mengenai latar belakang dari suatu permasalahan, identifikasi dan perumusan masalah, pembuatan pembatasan dan asumsi penelitian, penentuan tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, metodologi penelitian yang digunakan, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini berisi mengenai berbagai literatur yang digunakan pada penelitian ini. Literatur yang digunakan bertujuan untuk mendukung teori penelitian yang sedang dilakukan. Literatur yang digunakan juga dapat membantu dalam melakukan pengumpulan dan pengolahan data, analisis, serta perumusan usulan perbaikan.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bagian ini akan dijelaskan mengenai pengembangan model penelitian, penentuan operasional variabel, pengembangan alat ukur, pengambilan data, pengolahan data, pengujian model penelitian, pengujian model pengukuran (*outer model*), pengujian model struktural (*inner model*), dan faktor penentu kepuasan dan minat beli ulang.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Bagian ini akan dijelaskan mengenai analisis dari profil responden, analisis evaluasi model pengukuran (*outer model*), analisis model struktural (*inner model*), analisis prioritas usulan, dan usulan perbaikan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari seluruh penelitian yang dilakukan. Kesimpulan tersebut dibuat untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya. Setelah itu dilakukan pemberian saran kepada pihak terkait.