

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS FOOD QUALITY DAN
PRICE TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN RESTORAN
CHICKEN RUN JALAN CIUMBULEUIT NO.64 (SUATU KASUS PADA
MAHASISWA DAN MAHASISWI UNPAR)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

R. Bramantyo Handoro Putro

2015120178

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

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

BANDUNG

2019

**THE EFFECT OF CONSUMER PERCEPTION ON FOOD QUALITY AND
PRICE TOWARDS RE-PURCHASE INTENTION OF CHICKEN RUN
RESTAURANT CONSUMER AT CIUMBULEUIT (A STUDY ON
PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY STUDENTS)**



UNDERGRADUATE THESIS

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

By

R. Bramantyo Handoro Putro

2015120178

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/SVII/2018

BANDUNG

2019

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



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS FOOD QUALITY DAN
PRICE TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN RESTORAN
CHICKEN RUN JALAN CIUMBULEUIT NO. 64 (SUATU KASUS PADA
MAHASISWA DAN MAHASISWI UNPAR)**

Oleh :

R. Bramantyo Handoro Putro
2015120178

Bandung, Januari 2020

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi,

Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : R. Bramantyo Handoro Putro
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 25 Desember 1996
NPM : 2015120178
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS FOOD QUALITY DAN PRICE TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN RESTORAN CHICKEN RUN JALAN CIUMBULEUIT NO. 64 (SUATU KASUS PADA MAHASISWA DAN MAHASISWI UNPAR)

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

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

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

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : 18 Desember 2019
Pembuat pernyataan :



(R. Bramantyo Handoro Putro)

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman di Indonesia terus mengalami pertumbuhan di beberapa tahun terakhir. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan jumlah usaha dalam sektor kuliner yang ada di Indonesia, salah satunya Kota Bandung. Jumlah usaha restoran di Kota Bandung mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2014 dan 2015, yaitu sekitar 49,8% dan 51,2%. Dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha, dapat dikatakan bahwa persaingan dalam sektor ini semakin ketat. Salah satu pelaku usaha tersebut adalah restoran Chicken Run yang berada di Ciumbuleuit. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, restoran ini dirasa kalah bersaing dan kurang berhasil menarik mahasiswa dan mahasiswi UNPAR yang merupakan sasaran utama. Hal tersebut dapat dilihat pada kondisi restoran yang kian sepi pengunjung setiap harinya. Melihat hal tersebut, penulis melakukan *preliminary research* kepada mahasiswa dan mahasiswi UNPAR yang sudah pernah membeli atau mengunjungi restoran Chicken Run Ciumbuleuit. Berdasarkan *preliminary research* yang telah dilakukan, didapatkan bahwa 10 dari 10 responden mengakui tidak berniat untuk membeli produk atau mengunjungi restoran itu lagi, dengan alasan kualitas rasa makanan serta harga yang ditawarkan yang dirasa kurang baik. Dengan demikian, penulis merasa bahwa restoran Chicken Run Ciumbuleuit memiliki masalah pada sisi *food quality* dan *price* yang berdampak pada rendahnya niat beli ulang dari konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana persepsi konsumen mengenai *food quality* dan *price* yang ditawarkan oleh restoran Chicken Run Ciumbuleuit, niat beli ulang konsumen, serta pengaruh dan perbedaan pengaruh atas kedua hal tersebut terhadap niat beli ulang konsumen. Variabel bebas yang terdapat dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen atas *food quality* (X1) dan persepsi konsumen atas *price* (X2). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah niat beli ulang konsumen (Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bersifat *explanatory* dan dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 mahasiswa dan mahasiswi UNPAR yang pernah membeli atau mengunjungi restoran Chicken Run Ciumbuleuit. Hasil data kuesioner yang sudah diolah kemudian dianalisa secara deskriptif melihat persentase kecenderungan persepsi konsumen atas variabel yang ada serta alasan dari hal tersebut. Untuk analisa kuantitatif, penelitian ini menggunakan analisa model regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y.

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, didapatkan bahwa mayoritas responden cenderung memiliki persepsi yang negatif mengenai *food quality* dan *price* serta niat beli ulang yang rendah terhadap produk yang ditawarkan oleh restoran Chicken Run Ciumbuleuit. Menurut hasil analisis data secara kuantitatif, didapatkan bahwa variabel persepsi atas *food quality* (X1) dan persepsi atas *price* (X2) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli ulang (Y). Melihat hasil penelitian yang sudah dilakukan, penulis menyarankan untuk memperbaiki penampilan, kualitas rasa, jenis variasi, dan proses penyajian makanan yang disajikan. Selain itu, penulis juga menyarankan untuk meninjau ulang dan menyesuaikan harga dengan kualitas yang ditawarkan oleh restoran.

Kata kunci : *food quality*, *price*, niat beli ulang.

ABSTRACT

The food and beverage industry in Indonesia continues to experience growth in recent years. This can be seen from the increasing number of businesses in the culinary sector in Indonesia, one of which is the City of Bandung. The number of restaurant businesses in the city of Bandung experienced a significant increase in 2014 and 2015, which was around 49.8% and 51.2%. With the increasing number of business actors, it can be said that competition in this sector is getting tougher. One such business actor is the Chicken Run restaurant located in Ciumbuleuit. Based on the writer's observation, this restaurant is considered to be unable to compete and is less successful in attracting UNPAR students who are the main target. This can be seen in the condition of the restaurant which is increasingly empty of visitors every day. Seeing this, the authors conducted preliminary research to UNPAR students and students who had bought or visited the Chicken Run Ciumbuleuit restaurant. Based on preliminary research that has been done, it was found that 10 out of 10 respondents admitted that they did not intend to buy the product or visit the restaurant again, citing the quality of the food and the price offered which was felt to be inadequate. Thus, the authors feel that the Chicken Run Ciumbuleuit restaurant has problems on the side of food quality and price which have an impact on low repurchase intentions from consumers.

This study aims to look at how consumers' perceptions about food quality and price offered by the Chicken Run Ciumbuleuit restaurant, consumer repurchase intentions, as well as the influence and differences in influence of the two things on consumer repurchase intentions. The independent variables contained in this study are consumer perception of food quality (X1) and consumer perceptions of price (X2). While the dependent variable in this study is consumer repurchase intention (Y). The method used in this research is descriptive explanatory method and is carried out by distributing questionnaires to 100 UNPAR students and students who have bought or visited the Chicken Run Ciumbuleuit restaurant. The results of the questionnaire data that has been processed are then analyzed descriptively looking at the percentage of consumers' perception of the existing variables and the reasons for this. For quantitative analysis, this study uses multiple linear regression model analysis to determine the effect of variables X1 and X2 on Y variables.

Based on the results of the analysis that has been done, it is found that the majority of respondents tend to have negative perceptions about food quality and price and low repurchase intentions of the products offered by the Chicken Run Ciumbuleuit restaurant. According to the results of quantitative data analysis, it was found that the perception of food quality (X1) and perception of price (X2) significantly positively affect the repurchase intention. Seeing the results of research that has been done, the authors suggest to improve the appearance, quality of taste, type of variation, and the process of preparing the food served. In addition, the authors also suggest to review and adjust prices with the quality offered by the restaurant.

Keywords : food quality, price, repurchase intention

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dari kanunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS FOOD QUALITY DAN PRICE TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN RESTORAN CHICKEN RUN JALAN CIUMBULEUIT NO.64 (SUATU KASUS PADA MAHASISWA DAN MAHASISWI UNPAR)”**. Adapun penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen dalam program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah dikerjakan masih jauh dari kata sempurna,. Namun, dalam proses penyusunan skripsi ini banyak pihak-pihak yang sudah sangat membantu dan mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak R. Edi Soepartono dan Ibu Jedawati Widjaja selaku orang tua dari penulis, yang senantiasa memberikan dukungan baik secara materil maupun moril untuk mendukung penulis dalam segala hal yang dilakukan sejauh ini.
2. R. Bagas Priyotomo selaku Adik kandung dari penulis, yang telah senantiasa memberikan dukungan moral kepada penulis, serta seluruh keluarga besar dan kerabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
3. Bapak Vincentius Josep Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA., selaku dosen pembimbing penulis. Yang telah meluangkan waktu dalam memberikan masukan, arahan, dan motivasi selama pengerjaan skripsi ini, serta telah memberikan ilmu-ilmu di dalam bidang baik akademik maupun non-akademik yang sangat berguna bagi kehidupan penulis kedepannya.
4. Ibu Rezka Nugraha Pratikna, S.E., M.M. Selaku dosen wali yang telah membantu penulis selama perkuliahan.

5. Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. yang penulis hormati selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
6. Ibu Dr. Istiharini, CMA. yang penulis hormati selaku Kepala Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
7. Seluruh dosen pengajar dan staf UNPAR yang senantiasa berbagi ilmu dan dukungan selama proses pembelajaran di kampus.
8. Dominicus Kevinata Audi Nugroho, Reiska Respati Majestadewi, dan Ryan Anugerah Rivanto selaku sahabat yang tersedia 24 jam sehari bagi penulis, yang telah memberikan dukungan dan mengisi hari-hai selama masa perkuliahan.
9. Adirahman Faisal, Bella Rizkiantara, Carolus Dimas Wijanarko, Gani Ganesha, Intania Ayu Lestari, Luky Dwi Saputra, Mirza Gumbira Natasaputra, Muhammad Irfan, Nicolaus Mario, Randy Renaldy, Rizky Akbarianto, dan Shahnaz Shafira selaku sahabat penulis di masa perkuliahan yang berjuang bersama dalam konsentrasi pemasaran.
10. Abdillah Wafi Ramadhani, An'nissa Putri Utami, Aldy Wenas, Emil Aulia Hakem, Fitriani, Iitsar Tsaqif Nasution, Christophorus Romy Putro Aji, Muhammad Zeindra Rakhmawan, Nadelia Rachma Purwadhita Budiarto, Raden Aria Dipawangi Hanipradja, Muhammad Thufail Alhakim, dan Zahra Putri Fadhillah, selaku sahabat dari keluarga manajemen UNPAR 2015 yang telah berjuang bersama untuk saling membantu dalam mengerjakan skripsi dan melalui masa perkuliahan di semester 9.
11. Andre Pradipta Setianto, Brahmatio Alyubi, Chritophorus Kevin Pardede, dan Mochammad Aldinan, selaku sahabat penulis lintas angkatan keluarga manajemen UNPAR yang telah berbagi pengalaman dan mengisi hari-hari penulis.
12. RM Mochamad Zacky Basya, Algi Ramadya Wiguna, dan teman-teman "UNISPAR" yang sudah lulus terlebih dahulu dan tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, dalam memberikan motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
13. Dimas Respati Argeswara, Faldo Aziz Perdanaputra, Farhan Rahardian, Habibie Muhammad Ega, Kameswara Rafi, Marmoyo Bariqi Laksomono,

Raka Putra Firdausi, Reyhan Amal Altariq, dan Ridho Afriliano selaku sahabat penulis sejak SMA, yang telah memberikan dukungan dan mengisi hari-hari penulis dengan canda dan tawa.

14. Seluruh keluarga besar Manajemen dan Fakultas Ekonomi UNPAR yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, terutama angkatan 2015 yang telah berjuang bersama-sama selama masa perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi.
15. Seluruh keluarga dan teman penulis yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah mendoakan dan memberi segala dukungan.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa memberkati kita semua terutama yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bandung, 18 Desember 2019

R. Bramantyo Handoro Putro

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------|------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| BAB 1 | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 5 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran | 6 |
| 1.6 Hipotesis Penelitian..... | 9 |
| BAB 2 | 10 |
| 2.1 Restoran..... | 10 |
| 2.1.1 Atribut Restoran..... | 11 |
| 2.2 Persepsi Konsumen..... | 13 |
| 2.3 Food Quality..... | 14 |
| 2.3.1 Dimensi <i>Food Quality</i> | 16 |
| 2.4 Price..... | 25 |
| 2.4.1 Dimensi <i>Price</i> | 29 |
| 2.5 Niat Beli Ulang | 33 |
| 2.5.1 Dimensi Niat Beli Ulang..... | 35 |
| 2.6 Hubungan <i>Food Quality</i> dengan Niat Beli Ulang..... | 39 |
| 2.7 Hubungan <i>Price</i> dengan Niat Beli Ulang | 40 |
| BAB 3 | 41 |
| 3.1 Metode dan Jenis Penelitian | 41 |
| 3.2 Teknik Pengumpulan Data | 41 |
| 3.3 Operasionalisasi Variabel | 43 |
| 3.4 Teknik Pengolahan Data | 49 |
| 3.4.1 Analisis Data Secara Deskriptif | 49 |
| 3.4.2 Analisis Data Secara Kuantitatif | 49 |
| 3.5 Pengukuran Variabel..... | 50 |
| 3.6 Populasi dan Sampel Penelitian..... | 51 |
| 3.6.1 Populasi penelitian | 51 |
| 3.6.2 Sampel Penelitian..... | 51 |
| 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas | 52 |
| 3.7.1 Uji Validitas | 52 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas | 52 |
| 3.8 Objek Penelitian..... | 53 |
| 3.8.1 Profil Perusahaan | 53 |
| 3.8.2 Profil Responden..... | 54 |
| BAB 4 | 58 |
| 4.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Food Quality</i> (X1)..... | 58 |
| 4.1.1 Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi <i>Presentation Of Food</i> | 58 |

| | | |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.1.2 | Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi <i>Taste</i> | 64 |
| 4.1.3 | Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi <i>Diversity Of Choice</i> | 71 |
| 4.1.4 | Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi <i>Freshness</i> | 75 |
| 4.1.5 | Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi <i>Temperature</i> | 78 |
| 4.2 | Analisis Deskriptif Variabel <i>Price</i> (X2)..... | 81 |
| 4.2.1 | Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi Keterjangkauan Harga..... | 81 |
| 4.2.2 | Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Kualitas | 83 |
| 4.3 | Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli Ulang (Y) | 87 |
| 4.4 | Analisis Kuantitatif..... | 90 |
| 4.4.1 | Uji Asumsi Klasik..... | 90 |
| 4.4.2 | Analisis Model Regresi Linier Berganda X1 dan X2 Terhadap Y | 93 |
| BAB 5 | | 97 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 97 |
| 5.1.1 | Persepsi Konsumen Terhadap <i>Food Quality</i> Chicken Run Ciumbuleuit.. | 97 |
| 5.1.2 | Persepsi Konsumen Terhadap <i>Price</i> yang Ditawarkan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 102 |
| 5.1.3 | Niat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Chicken Run Ciumbuleuit | 104 |
| 5.1.4 | Pengaruh Persepsi Atas <i>Food Quality</i> (X1) dan <i>Price</i> (X2) Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Chicken Run Ciumbuleuit (Y) | 105 |
| 5.2 | Saran | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 109 |
| LAMPIRAN | | 112 |
| RIWAYAT HIDUP | | 124 |

DAFTAR TABEL

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1. Dimensi <i>Food Quality</i> menurut Jurnal | 16 |
| Tabel 2.2. Dimensi <i>Price</i> menurut Jurnal | 29 |
| Tabel 2.3. Dimensi Niat Beli Ulang menurut Jurnal..... | 35 |
| | |
| Tabel 3.1. Tabel Operasionalisasi Variabel X1 (<i>Food Quality</i>) | 43 |
| Tabel 3.2. Tabel Operasionalisasi Variabel X2 (<i>Price</i>) | 46 |
| Tabel 3.3. Tabel Operasionalisasi Variabel Y (Niat Beli Ulang) | 48 |
| Tabel 3.4. Pertanyaan <i>Purchase Probability</i> | 51 |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas..... | 53 |
| Tabel 3.6. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 54 |
| Tabel 3.7 Data Responden Berdasarkan Usia..... | 55 |
| Tabel 3.8. Data Responden Berdasarkan Uang Yang Disisihkan Untuk Makan Dalam 1 Hari..... | 56 |
| | |
| Tabel 4.1. Persepsi responden tentang penataan makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 59 |
| Tabel 4.2. Persepsi responden mengenai warna dari makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 60 |
| Tabel 4.3. Persepsi konsumen mengenai kuantitas dari satu porsi makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit. | 61 |
| Tabel 4.4. Persepsi responden mengenai <i>garnish</i> (hiasan makanan) yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 62 |
| Tabel 4.5. Persepsi responden mengenai cara penyajian makanan di Chicken Run Ciumbuleuit..... | 63 |
| Tabel 4.6. Persepsi responden mengenai jumlah porsi makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 64 |
| Tabel 4.7. Persepsi responden mengenai aroma makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit. | 65 |
| Tabel 4.8. Persepsi responden mengenai konsistensi kualitas rasa makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit. | 66 |
| Tabel 4.9. Persepsi responden mengenai kelezatan makanan utama (ayam panggang) yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 67 |
| Tabel 4.10. Persepsi responden mengenai kelezatan makanan pelengkap (kentang, nasi, saus) yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 68 |
| Tabel 4.11. Persepsi responden mengenai cita rasa makanan utama (ayam panggang) yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 69 |
| Tabel 4.12. Persepsi responden mengenai cita rasa makanan pelengkap (nasi, kentang, saus) yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit?..... | 70 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.13. Persepsi responden mengenai jumlah variasi jenis ayam panggang yang ditawarkan Chicken Run Ciumbuleuit | 71 |
| Tabel 4.14. Persepsi responden mengenai jumlah variasi makanan (selain ayam panggang) yang ditawarkan Chicken Run Ciumbuleuit. | 72 |
| Tabel 4.15. Persepsi responden mengenai jumlah variasi minuman yang ditawarkan Chicken Run Ciumbuleuit. | 73 |
| Tabel 4.16. Persepsi responden mengenai jumlah pilihan jenis makanan utama (ayam panggang) yang ditawarkan oleh Chicken Run Ciumbuleuit..... | 74 |
| Tabel 4.17. Persepsi responden mengenai kesegaran makanan berdasarkan warna, aroma, tekstur dari makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit. | 75 |
| Tabel 4.18. Persepsi responden mengenai tingkat <i>juiciness</i> makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit. | 77 |
| Tabel 4.19. Persepsi responden mengenai kesegaran makanan berdasarkan penampilan dan rasa makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit. | 78 |
| Tabel 4.20. Persepsi responden mengenai kehangatan makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 79 |
| Tabel 4.21. Persepsi responden mengenai tingkat kematangan dari makanan yang disajikan Chicken Run Ciumbuleuit. | 80 |
| Tabel 4.22. Persepsi responden mengenai keterjangkauan harga yang ditawarkan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 81 |
| Tabel 4.23. Persepsi responden anda mengenai kesesuaian harga yang ditawarkan Chicken Run Ciumbuleuit dengan daya beli mahasiswa dan mahasiswi UNPAR. | 82 |
| Tabel 4.24. Persepsi responden mengenai kesesuaian harga dengan kualitas rasa produk yang ditawarkan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 84 |
| Tabel 4.25. Persepsi responden mengenai kesesuaian harga dengan ukuran satu porsi produk yang ditawarkan Chicken Run Ciumbuleuit..... | 85 |
| Tabel 4.26. Persepsi responden mengenai kesesuaian harga dengan kuantitas dalam satu porsi produk yang ditawarkan Chicken Run Ciumbuleuit?..... | 86 |
| Tabel 4.27. Kemungkinan responden untuk melakukan pembelian ulang atau mengunjungi kembali Restoran Chicken Run di Jalan Ciumbuleuit No. 64 pada waktu yang akan datang | 87 |
| Tabel 4.28. Kemungkinan responden dalam mereferensikan Restoran Chicken Run di Jalan Ciumbuleuit No. 64 kepada keluarga, teman dekat, atau kerabat lainnya. | 88 |
| Tabel 4.29. Kemungkinan responden dalam menjadikan Restoran Chicken Run di Jalan Ciumbuleuit No. 64 sebagai preferensi utama apabila mencari makanan di daerah Ciumbuleuit | 89 |
| Tabel 4.30. Hasil Uji Multikolinearitas..... | 92 |
| Tabel 4.31. <i>Model Summary</i> Variabel X1 dan X2 Terhadap Variabel Y | 94 |
| Tabel 4. 32 ANOVA (<i>F-Test</i>) Variabel X1 dan X2 Terhadap Variabel Y | 94 |
| Tabel 4.33. <i>Coefficients (T-Test)</i> Variabel X1 dan X2 Terhadap Y | 95 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.1. P-Plot Niat Beli Ulang..... | 91 |
| Gambar 4.2. <i>Scatterplot</i> Niat Beli Ulang..... | 93 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Pembukaan kuesioner | 112 |
| Lampiran 2. Pertanyaan Profil Responden..... | 112 |
| Lampiran 3. Persepsi Konsumen Atas Kinerja Dari Restoran Chicken Run di Jalan Ciumbuleuit No.64..... | 114 |
| Lampiran 4. Penilaian Niat Beli Ulang | 122 |
| Lampiran 5. Suasana dan Produk Restoran Chicken Run Ciumbuleuit | 123 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri makanan dan minuman di Indonesia terus mengalami pertumbuhan di beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan tersebut turut didukung oleh pertumbuhan penduduk dan perkembangan teknologi yang terjadi di Indonesia. Dilansir dari (Rihanto, 2019), Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mengatakan bahwa hingga triwulan I 2019, pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman mencapai 6,77%. Angka tersebut berada di atas pertumbuhan PDB nasional sebesar 5,07%. Sektor tersebut pun berkontribusi sebesar 35,58% terhadap PDB Industri Non Migas dan sebesar 6,35% terhadap PDB Nasional. Selain pertumbuhan yang terjadi, makanan dan minuman yang menjadi kebutuhan pokok dari manusia membuat industri ini semakin menjanjikan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa bentuk usaha di sektor makanan dan minuman adalah bentuk usaha yang sangat menjanjikan.

Salah satu penyebab pertumbuhan di industri makanan dan minuman adalah terus meningkatnya jumlah pelaku usaha di sektor kuliner. Hal ini terjadi di beberapa Kota di Indonesia, salah satunya Kota Bandung. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah usaha restoran yang terjadi di Kota Bandung. Menurut (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2015), jumlah usaha restoran di Kota Bandung pada tahun 2014 dan 2015 mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yaitu sebesar 49,8% dan 51,2%. Dengan peningkatan yang terjadi, hal tersebut berdampak pada permintaan atas produk kuliner di Kota Bandung. Dilansir dari (Yusuf, 2018), menurut Ketua Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) Jawa Barat (Jabar), pertumbuhan permintaan produk kuliner Bandung rata-rata melampaui 10% per tahun. Dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha restoran dan permintaan produk kuliner, hal tersebut dirasa membuat persaingan dalam sektor ini semakin ketat.

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, para pelaku usaha restoran harus merencanakan dan menjalankan strategi yang dapat membantu mereka. Strategi yang dilakukan dapat didasarkan oleh atribut restoran.

Menurut Sopiah (2008) dalam (Leha & Subagjo, 2014) atribut restoran adalah kepribadian dari restoran yakni menggambarkan apa yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap restoran tersebut. Sedangkan menurut Koo (2003) yang dikutip dalam (Gunawan, 2016), mengungkapkan bahwa terdapat lima komponen atribut restoran, yang meliputi atmosfer restoran, lokasi, fasilitas, layanan pramuniaga, dan produk yang ditawarkan. Dengan melakukan strategi yang didasarkan oleh atribut restoran, diharapkan para pelaku usaha dapat mengatasi persaingan yang terjadi.

Chicken Run merupakan salah satu usaha restoran dengan konsep restoran waralaba, yang menawarkan ayam panggang sebagai hidangan utama. Melihat perkembangan industri kuliner yang terjadi, Chicken Run mulai bermunculan di beberapa kota besar di Indonesia, salah satunya Kota Bandung. Chicken Run memutuskan untuk membuka restoran yang terletak pada Jalan Ciumbuleuit No. 64, Bandung pada awal tahun 2018. Jalan Ciumbuleuit dipilih oleh Chicken Run dengan mempertimbangkan potensi pasar yang ada. Menurut pihak manajemen Chicken Run Ciumbuleuit, sasaran utama dari restoran ini adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR). Dengan menawarkan ayam panggang sebagai hidangan utama, Chicken Run Ciumbuleuit menjadi salah satu dari sedikit restoran di Jalan Ciumbuleuit yang menawarkan produk tersebut. Meskipun tidak memiliki banyak pesaing dengan produk ayam panggang di sepanjang Jalan Ciumbuleuit, Chicken Run Ciumbuleuit selalu terlihat sepi akan pengunjung sejak awal tahun 2019. Hal tersebut membuat penulis merasa bahwa Chicken Run Ciumbuleuit memiliki masalah tertentu.

Untuk mencari tahu lebih alasan dari fenomena yang ada, penulis melakukan penelitian awal dengan mewawancarai 10 responden yang pernah melakukan pembelian di Chicken Run Ciumbuleuit. Berdasarkan hasil wawancara kepada responden, 10 dari 10 responden mengakui tidak berniat untuk membeli kembali di Chicken Run Ciumbuleuit. Hal ini diperkuat dengan frekuensi jumlah pembelian di tahun 2019, 10 dari 10 responden tidak pernah melakukan pembelian kembali sejak tahun 2018. Alasan yang diberikan responden saat ditanya mengapa tidak tertarik untuk membeli kembali di Chicken Run

Ciumbuleuit adalah kualitas makanan yang dirasa kurang baik, dimulai dari rasa ayam panggang yang tidak konsisten, dari terlalu asin hingga hambar, tekstur daging ayam yang terkadang dirasa terlalu keras, kurang banyak jenis pilihan makanan dan minuman yang ditawarkan, penyajian makanan yang kurang menarik, mendapatkan makanan sudah dingin, dan pernah mendapatkan daging ayam yang dirasa sudah kurang segar. Selain hal tersebut, responden juga merasa bahwa harga yang ditawarkan kurang sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan, seperti dari segi rasa dan porsi yang diberikan. Responden menambahkan, besar biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk Chicken Run Ciumbuleuit dirasa lebih baik jika digunakan untuk membeli produk makanan yang lain, responden merasa harga yang diberikan terlalu mahal untuk makanan di daerah sekitar. 3 dari 10 responden merasa bahwa harga yang diberikan sudah cukup terjangkau, namun mereka mengatakan lebih memilih produk ayam panggang di tempat yang lain yang memiliki rasa yang lebih lezat. Berdasarkan alasan yang diberikan oleh para responden, penulis menduga bahwa Chicken Run Ciumbuleuit memiliki masalah pada faktor kualitas makanan (*food quality*) dan harga produk yang ditawarkan kepada konsumen (*price*).

Salah satu hal yang menjadi atribut restoran adalah produk yang ditawarkan, dalam hal ini produk yang dimaksud adalah makanan dan minuman yang ditawarkan oleh restoran. Dengan demikian, kualitas dari makanan yang ditawarkan memiliki peran penting dalam penilaian konsumen untuk memilih restoran yang akan didatangi. Menurut Potter dan Hotchkiss dalam (Sunarti, 2018) yang dimaksud dengan *food quality* adalah karakteristik kualitas dari suatu makan yang dapat diterima oleh konsumen. Termasuk dalam faktor internal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Sedangkan Hanaysha (2016) dalam (Sunarti, 2018) mengatakan ada beberapa elemen dari *food quality* dapat mempengaruhi kualitas makanan, meliputi *presentation of food, taste, diversity of choice, healthy, freshness, dan temperature*. Dengan tingkat *food quality* yang ditawarkan oleh restoran, konsumen dapat menilai bagaimana kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ditawarkan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2008), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari

memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan kata lain, harga dapat menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dibeli atau digunakan. Melihat hal tersebut, dapat dikatakan bahwa *food quality* dan harga yang ditawarkan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap sebuah restoran yang nantinya akan berdampak pada keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian awal yang telah dilakukan, penulis menduga bahwa Restoran Chicken Run Ciumbuleuit memiliki kualitas makanan dan minuman yang kurang baik serta menawarkan harga yang kurang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Hal tersebut diduga berdampak pada rendahnya niat beli ulang konsumen di Restoran Chicken Run Ciumbuleuit. Dari uraian yang sudah dijelaskan, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan merumuskan judul **“Pengaruh Persepsi Konsumen Atas *Food Quality* dan *Price* Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Restoran Chicken Run di Jalan Ciumbuleuit No. 64 (Suatu Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi UNPAR)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen atas *food quality* dan *price* pada produk yang ditawarkan oleh Chicken Run Ciumbuleuit?
2. Bagaimana niat beli ulang konsumen pada produk yang ditawarkan Chicken Run Ciumbuleuit?
3. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen atas *food quality* terhadap niat beli ulang konsumen pada produk Chicken Run Ciumbuleuit?
4. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen atas *price* terhadap niat beli ulang konsumen pada produk Chicken Run Ciumbuleuit?
5. Apakah persepsi konsumen atas *food quality* dan harga yang ditawarkan berpengaruh secara simultan terhadap niat beli ulang konsumen Chicken Run Ciumbuleuit?

6. Apakah ada perbedaan pengaruh antara persepsi konsumen pada *food quality* dengan *price* terhadap niat beli ulang konsumen pada produk Chicken Run Ciumbuleuit?

1.3 Tujuan Penelitian

Dilihat dari rumusan masalah yang sudah dijabarkan, tujuan daripada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui persepsi konsumen atas *food quality* dan *price* dari produk yang ditawarkan oleh Chicken Run Ciumbuleuit.
2. Mengetahui niat beli ulang konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Chicken Run Ciumbuleuit.
3. Mengetahui pengaruh persepsi konsumen atas *food quality* terhadap niat beli ulang konsumen pada produk Chicken Run Ciumbuleuit.
4. Mengetahui pengaruh persepsi konsumen atas *price* terhadap niat beli ulang konsumen pada produk Chicken Run Ciumbuleuit.
5. Mengetahui apakah persepsi konsumen atas *food quality* dan harga yang ditawarkan berpengaruh secara simultan terhadap niat beli ulang konsumen Chicken Run Ciumbuleuit.
6. Mengetahui perbedaan pengaruh antara persepsi konsumen pada *food quality* dengan *price* terhadap niat beli ulang konsumen pada produk Chicken Run Ciumbuleuit.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Perusahaan
Diharapkan Chicken Run Ciumbuleuit dan pelaku usaha restoran sejenis dapat terus mengembangkan dan membenahi kinerja perusahaan berdasarkan hasil penelitian ini.
2. Bagi Penulis
Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai konsep *food quality*, *price*, dan niat beli ulang serta pengaruh diantaranya.

Penelitian ini juga menjadi salah satu sarana penulis untuk mengaplikasikan teori yang sudah dipelajari semasa perkuliahan.

3. Bagi Pihak Lain

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan menjadi referensi bagi pembaca maupun peneliti yang melakukan penelitian dengan topik yang tidak jauh berbeda.

1.5 Kerangka Pemikiran

Melihat pertumbuhan di industri kuliner, memunculkan pelaku usaha restoran yang baru. Dalam rangka mengatasi persaingan yang ketat, para pelaku usaha harus menyusun strategi yang dapat membantu mereka. Strategi tersebut dapat didasari oleh atribut yang dimiliki oleh restoran. Dalam sebuah restoran terdapat beberapa hal yang menjadi atribut restoran. Menurut Sopiah (2008) dalam kutipan (Leha & Subagjo, 2014) atribut restoran adalah suatu kepribadian restoran dan memiliki atribut yang jelas dibenak konsumen. Dalam kata lain atribut restoran adalah kepribadian restoran, yakni menggambarkan apa yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap restoran. Koo (2003) yang dikutip dari (Gunawan, 2016) mengungkapkan bahwa terdapat lima komponen atribut restoran meliputi atmosfer restoran, lokasi, fasilitas, layanan pramuniaga, dan produk yang ditawarkan. Dalam restoran, produk yang ditawarkan adalah makanan dan minuman.

Jang dan Namkung (2009) dalam (Hariyanto) mengatakan bahwa *food quality* merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh restoran, karena makanan merupakan produk utama yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga restoran harus menjaga harapan konsumen mengenai kualitas dari produk yang ditawarkan. Berdasarkan hal tersebut, *food quality* harus menjadi salah satu fokus utama restoran dalam menjalani kegiatan usaha. Menurut Potter & Hotchkiss (1995:90) dalam (Sunarti, 2018) yang dimaksud dengan *food quality* adalah karakteristik kualitas dari suatu makan yang dapat diterima oleh konsumen. Termasuk dalam faktor internal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Essinger dan Wylie (2003) mengatakan bahwa kualitas dari sebuah produk makanan dibagi menjadi ke dalam beberapa kategori. Beberapa

kategori tersebut adalah kualitas dalam hal rasa, kuantitas atau porsi makanan, variasi menu dan variasi jenis masakan yang ditawarkan, cita rasa yang khas, higienitas atau kebersihan, dan inovasi produk tersebut. Sedangkan Hanaysha (2016) dalam (Sunarti, 2018) mengklasifikasikan beberapa elemen yang dapat mempengaruhi kualitas makanan sebagai berikut, *presentation of food, taste, diversity of choice, healthy, freshness, dan temperature*. Melihat dari alasan-alasan yang diberikan oleh responden pada *preliminary research*, elemen atau bagian dari *food quality* yang akan digunakan sebagai acuan penelitian ini adalah *presentation of food, taste, diversity of choice, freshness, dan temperature*.

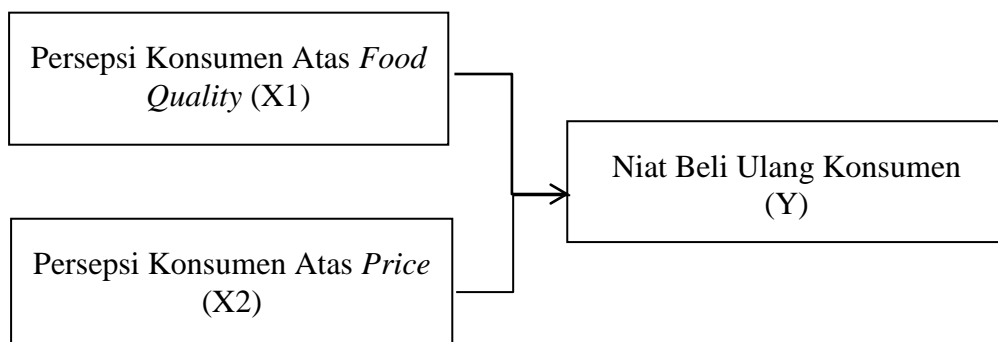
Dengan tingkat *food quality* yang ditawarkan oleh restoran, konsumen dapat menilai kesesuaian kualitas tersebut dengan harga yang ditawarkan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2008), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan William J. Stanton (1998) yang dikutip dari (Faradiba, 2013) memberikan definisi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Beberapa indikator dari harga menurut Stanton adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian dengan manfaat. Melihat dari alasan-alasan yang diberikan oleh responden pada *preliminary research*, elemen atau bagian dari *price* yang akan digunakan sebagai acuan penelitian ini adalah keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas.

Food quality yang baik serta harga yang dirasa sesuai dengan kualitas produk tersebut dapat memberikan persepsi yang baik di benak konsumen, yang akan berdampak pada keputusan pembelian kembali di waktu yang akan datang. Menurut (Kotler & Armstrong, 2008) persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menerjemahkan, masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Menurut Aryadhe & Rastini (2016), ketika konsumen merasakan nilai produk atau nilai perusahaan melalui pengalaman yang positif, maka pengalaman tersebut akan menimbulkan perasaan positif pada konsumen. Hal tersebut dapat menyebabkan konsumen untuk

membeli ulang produk, karena produk tersebut telah menimbulkan ikatan emosional dengan konsumen melalui pengalaman positif. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang di sekitarnya dan kondisi dalam setiap diri seseorang. Menurut Cronin, dkk. (1992) dalam (Faradiba, 2013), niat beli ulang pada dasarnya adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespons positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk dari perusahaan tersebut. Ferdinand (2006) dalam (Faradiba, 2013) mengatakan bahwa niat beli ulang dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator seperti niat transaksional, niat referensial, dan niat preferensial. Dalam penelitian ini, respons positif dalam bentuk berniat membeli ulang dapat terbentuk akibat persepsi mengenai *food quality* dan *price*.

Berdasarkan fenomena dan penelitian awal yang sudah dilakukan, penulis memiliki dugaan bahwa ada pengaruh dari persepsi konsumen mengenai *food quality* dan *price* yang ditawarkan oleh Chicken Run Ciumbuleuit yang berdampak pada niat untuk membeli kembali produk Chicken Run Ciumbuleuit. Model penelitian yang dikembangkan oleh penulis berdasarkan kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:

Gambar 1. 1. Model Penelitian



Sumber : Olahan Penulis

1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model kerangka penelitian yang sudah dibuat, penulis membuat hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : Persepsi konsumen atas *food quality* mempengaruhi niat beli ulang konsumen Chicken Run Ciumbuleuit.
- H2 : Persepsi konsumen atas *price* mempengaruhi niat beli ulang konsumen Chicken Run Ciumbuleuit
- H3 : Persepsi konsumen atas *food quality* dan *price* mempengaruhi niat beli ulang konsumen Chicken Run Ciumbuleuit secara simultan.
- H4 : Terdapat perbedaan pengaruh atas *food quality* dan *price* terhadap niat beli ulang konsumen Chicken Run Ciumbuleuit