

**UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN DI RESTORAN
HU HAN KOREAN BBQ BERDASARKAN MODEL
CUSTOMER REVISIT INTENTION**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Levina Cinev

NPM : 2016610052



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2020**

**UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN DI RESTORAN
HU HAN KOREAN BBQ BERDASARKAN MODEL
CUSTOMER REVISIT INTENTION**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Levina Cinev

NPM : 2016610052



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2020**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Levina Cinev
NPM : 2016610052
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN RESTORAN *HU HAN KOREAN BBQ* BERDASARKAN MODEL *CUSTOMER REVISIT INTENTION*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2020



**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Romy Loice, S.T., M.T.)

Pembimbing

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



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah

ini, Nama : Levina Cinev

NPM : 2016610052

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN RESTORAN *HU HAN KOREAN BBQ*

BERDASARKAN MODEL CUSTOMER REVISIT INTENTION

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, 13 Juli 2020

Levina Cinev

NPM : 2016610052

ABSTRAK

Restoran Hu Han Korean BBQ merupakan salah satu restoran benuansa Korea yang ada di Bandung. Restoran ini berdiri sejak tahun 2017, namun mengalami penurunan penjualan yang berakhir pada kondisi statis selama sembilan bulan terakhir. *Rating* restoran Korean BBQ menurut ulasan Google menunjukkan bahwa restoran Hu Han Korean BBQ hanya memiliki *rating* 4,1. Selain itu, pelanggan juga masih memberikan kritik mengenai kualitas layanan restoran tersebut. Sejauh ini, upaya meningkatkan penjualan seperti membuat akun sosial media dan memberikan diskon telah dilakukan, namun upaya tersebut belum begitu efektif untuk meningkatkan niat pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran Hu Han Korean BBQ. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran Korean BBQ.

Pada penelitian ini dilakukan pengembangan model *customer revisit intention* untuk restoran Korean BBQ di Bandung untuk mempelajari apakah kualitas layanan, kualitas makanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran korean BBQ. Terdapat 4 variabel dalam model penelitian ini, yaitu *service quality* (kualitas layanan), *food quality* (kualitas makanan), *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan), dan *revisit intention* (niat pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran Korean BBQ) yang menghasilkan 5 hipotesis penelitian. Variabel kualitas layanan diukur menggunakan *higher order construct*. Pengambilan data dilakukan menggunakan survei dan pengujian model penelitian dilakukan menggunakan metode PLS-SEM.

Hasil pengujian model penelitian menunjukkan bahwa niat pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran Korean BBQ dipengaruhi oleh kualitas makanan dan kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis nilai *total effect* ditemukan bahwa kualitas layanan juga mempengaruhi niat pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran Korean BBQ. Penentuan prioritas usulan dilakukan dengan *Importance-Performance Matrix* (IPMA). Prioritas usulan diberikan pada variabel kualitas layanan dan dilakukan perhitungan rata-rata penilaian responden terhadap restoran Hu Han Korean BBQ untuk mengetahui indikator mana saja yang akan dilakukan perancangan usulan. Perancangan usulan dibuat berdasarkan hasil rata-rata penilaian dan wawancara dengan responden serta pihak manajemen restoran Hu Han Korean BBQ. Penelitian ini menghasilkan 8 usulan yang telah diterima oleh pihak manajemen untuk diimplementasikan di restoran Hu Han Korean BBQ.

Kata Kunci: *Revisit intention*, Niat kembali berkunjung, Restoran, Restoran BBQ

ABSTRACT

Hu Han Korean BBQ Restaurant is one of the Korean restaurants in Bandung. The restaurant established since 2017, but the sales has decreased that ended in static conditions over the last nine months. According to Google review's rating, it shows that the restaurant Hu Han Korean BBQ only has a rating of 4.1. In addition, customers also still provide criticism about the quality of the restaurant service. So far, Hu Han Korean BBQ has created social media accounts and giving discounts as efforts to increase the sales, but the efforts has not been so effective to increase the intent of customers to revisit the restaurant Hu Han Korean BBQ. Therefore, this research is done to know what factors that affect the customer's intention to return to visit Korean BBQ Restaurant.

This research conducted by the development of model customer re-visit intention for Korean BBQ restaurant in Bandung to learn whether the quality of service, quality of food, and customer satisfaction have an effect on the customer's intention to re-visit Korean BBQ Restaurant. There are 4 variables in this model of research, namely service quality, food quality, customer satisfaction, and revisit intention (intention customers to return to visit Korean BBQ Restaurant) which produces 5 research hypotheses. Service quality variables are measured using higher order construct. Data retrieval is conducted using surveys and testing of research models conducted using method PLS-SEM.

Test results of the research model showed that the customer's intention to re-visit Korean BBQ Restaurant is influenced by food quality and consumer satisfaction. Based on the analysis of the total effect value found that service quality also affects the customer's intention to return to visit Korean BBQ Restaurant. Determination of the priority proposal is done by Importance-Performance Matrix (IPMA). The priority of the proposal is given to the variable service quality and the average calculation of the respondent's assessment of the restaurant Hu Han Korean BBQ to find out which indicators will be conducted proposed design. Proposed design was based on the average rating and interviews with the respondents and restaurant management Hu Han Korean BBQ. This research resulted in 8 proposals that have been accepted by management to be implemented at Hu Han Korean BBQ Restaurant.

Keywords : *Revisit intention, intention back visit, restaurant, BBQ restaurant*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmat-Nya, laporan skripsi dengan judul “Upaya Peningkatan Penjualan Restoran *Hu Han Korean BBQ* Berdasarkan Model *Customer Revisit Intention*” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Laporan skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menempuh dan lulus mata kuliah ISE 184198.06.

Penulisan laporan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari beberapa pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi hingga tahap ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua serta kedua kakak penulis yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada penulis
2. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan arahan selama pengerjaan skripsi ini
3. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Bapak Dr. Paulus Sukpto, Ir., MBA. selaku dosen penguji proposal skripsi yang telah memberikan masukan dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Bapak Fran Setiawan, S.T., M.Sc selaku penguji sidang skripsi yang telah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
5. Pemilik restoran *Hu Han Korean BBQ* yang telah bersedia memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di restoran anda dan memberikan masukan-masukan selama pengerjaan skripsi ini.
6. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
7. Christian Joey, terima kasih atas semangat, motivasi, dan masukan yang tidak henti-hentinya diberikan dari awal penyusunan hingga terselesainya skripsi ini.
8. Venna Velinda, Jocelyn Editha, Felicia Naomi Winata, Leotan Saputra, Jessica Claresta, dan Yosua Tjahja, dan Kimberly Rose selaku *partner*

penulis yang selalu ada saat berdiskusi, bertukar pikiran, dan berlatih seminar skripsi dan sidang skripsi. *Thank you guys!*

9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah membantu penulis dalam proses pembuatan laporan ini.

Banyak pengalaman yang berharga yang saya dapatkan selama menyusun laporan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca. Penulis menyadari adanya keterbatasan dalam penyusunan laporan skripsi ini, Oleh karena itu, penulis menerima segala masukan berupa kritik dan saran yang membangun agar dapat melakukan perbaikan ke arah yang lebih baik lagi. Terima kasih.

Bandung, Juli 2020

Levina Cinev

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	I-4
I.3 Pembatasan Masalah Penelitian	I-9
I.4 Tujuan Penelitian	I-9
I.5 Manfaat Penelitian	I-10
I.6 Metodologi Penelitian	I-10
I.7 Sistematika Penulisan	I-13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Jasa dan Karakteristik Jasa	II-1
II.2 Kepuasan Pelanggan	II-4
II.3 Niat Pelanggan untuk Kembali Berkunjung	II-5
II.4 Populasi dan Sampel	II-10
II.5 Teknik <i>Sampling</i>	II-11
II.6 Variabel Penelitian	II-12
II.7 Teknik Pengumpulan Data	II-13
II.8 Skala Pengukuran	II-14
II.9 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	II-15
II.9.1 Pengujian Model Pengukuran dengan PLS-SEM	II-16
II.9.2 Pengujian Model Struktural dengan PLS-SEM	II-17

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Perancangan Model Niat Pelanggan untuk Kembali Berkunjung	III-1
III.2 Penyusunan Kuesioner Penelitian	III-9
III.3 <i>Pre-Test</i> Kuesioner	III-10
III.4 Penyebaran Kuesioner Penelitian	III-11
III.5 Profil Responden	III-15
III.6 Pengujian Model Pengukuran	III-17
III.7 Pengujian Model Struktural	III-35
III.8 Penentuan Prioritas Perancangan Usulan Restoran Hu Han Korean BBQ	III-36
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisa Hasil Pengujian Hipotesis	IV-1
IV.2 Penentuan Prioritas Usulan Perbaikan	IV-3
IV.3 Rancangan Usulan Perbaikan	IV-4
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran	V-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Kunjungan Wisata ke Kota Bandung Pada Tahun 2013-2017	I-2
Tabel I.2	Restoran Bernuansa Korean BBQ di Kota Bandung	I-2
Tabel I.3	<i>Rating</i> Restoran Bernuansa Korean BBQ di Bandung Menurut Ulasan Google Februari 2020	I-4
Tabel I.4	Alasan Responden Mengunjungi Kembali Restoran Korean BBQ	I-6
Tabel I.5	Alasan Responden Mengunjungi Kembali Restoran Hu Han Korean BBQ	I-7
Tabel I.6	Penilaian Pelanggan Restoran Hu Han Korean BBQ Melalui Ulasan Google pada Tahun 2017-2019	I-8
Tabel II.1	Perbedaan Pengujian Model Pengukuran	II-16
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel	III-6
Tabel III.2	Rekapitulasi Komentas Responden dan Tindak Lanjut Hasil <i>Pre-Test</i>	III-10
Tabel III.3	Nilai <i>Mahalanobis Distance</i>	III-13
Tabel III.4	Profil Responden	III-15
Tabel III.5	Hasil Pengujian <i>Internal Consistency Reliability</i> Model Iterasi 1	III-18
Tabel III.6	Hasil Pengujian <i>Indicator Reliability</i> Model Iterasi 1	III-19
Tabel III.7	Hasil Pengujian <i>Covergent Validity</i> Model Iterasi 1	III-20
Tabel III.8	Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Model Iterasi 1	III-21
Tabel III.9	Hasil Pengujian <i>Internal Consistency Reliability</i> Model Iterasi 2	III-23
Tabel III.10	Hasil Pengujian <i>Indicator Reliability</i> Model Iterasi 2	III-23
Tabel III.11	Hasil Pengujian <i>Covergent Validity</i> Model Iterasi 2	III-25
Tabel III.12	Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Model Iterasi 2	III-25
Tabel III.13	Hasil Pengujian <i>Internal Consistency Reliability</i> Model Iterasi 3	III-26
Tabel III.14	Hasil Pengujian <i>Indicator Reliability</i> Model Iterasi 3	III-27

Tabel III.15 Hasil Pengujian <i>Covergent Validity</i> Model Iterasi 3	III-28
Tabel III.16 Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Model Iterasi 3	III-29
Tabel III.17 Hasil Pengujian <i>Cross Loading</i> Model Iterasi 3	III-29
Tabel III.18 Hasil Pengukuran <i>Inner VIF</i>	III-31
Tabel III.19 Hasil Pengujian Signifikansi <i>Path Coefficient</i> <i>First Order Construct</i>	III-31
Tabel III.20 Hasil Pengujian Signifikansi <i>Path Coefficient</i> <i>Second Order Construct</i>	III-32
Tabel III.21 Nilai <i>Specific Indirect Effect</i>	III-33
Tabel III.22 Nilai <i>Total Effect</i>	III-33
Tabel III.23 Hasil Pengujian R^2	III-34
Tabel III.24 Hasil Pengujian <i>Effect Size</i> f^2	III-34
Tabel III.25 Hasil Pengujian Q^2	III-35
Tabel III.26 Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance</i> q^2	III-35
Tabel III.27 Nilai <i>Performance</i> dan <i>Importance</i> Restoran Hu Han Korean BBQ	III-37
Tabel III.28 Nilai Rata-Rata Butir Pengukuran	III-38
Tabel IV.1 Rekapitulasi Usulan Perbaikan	IV-9

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Penjualan Hu Han Korean BBQ Bulan Maret 2019 hingga November 2019	I-3
Gambar I.2	Metodologi Penelitian	I-10
Gambar II.1	Model Penelitian Al-Tit (2015)	II-6
Gambar II.2	Model Penelitian Caruana (2002)	II-6
Gambar II.3	Model Penelitian Ryu & Han (2009)	II-7
Gambar II.4	Model Penelitian Sharrif et.al. (2015)	II-8
Gambar II.5	Model Penelitian Namkung & Jang (2007)	II-8
Gambar II.6	Model Penelitian Berliansyah & Suroso (2008)	II-9
Gambar II.7	Model Penelitian Kuo et.al. (2016)	II-9
Gambar II.8	Prosedur Pengukuran Model Struktural	II-18
Gambar III.1	Model <i>Customer Revisit Intention</i> pada Penelitian	III-5
Gambar III.2	<i>Path Model Iterasi 1</i>	III-17
Gambar III.3	<i>Path Model Iterasi 2</i>	III-22
Gambar III.4	<i>Path Model Iterasi 3</i>	III-26
Gambar III.5	Model <i>Customer Revisit Intention</i> dan Hasil Pengujian	III-36
Gambar III.6	<i>Importance-Performance Matrix</i>	III-37
Gambar IV.1	Ilustrasi Restoran Korean BBQ	IV-7
Gambar IV.2	Psikologi Warna di Restoran	IV-8
Gambar IV.3	Perbandingan Tembok Restoran Hu Han Korean BBQ Dan Restoran Korean BBQ Lainnya	IV-9

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A TAMPILAN KUESIONER PENELITIAN	A-1
LAMPIRAN B <i>FORM</i> PENILAIAN KARYAWAN	B-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab I akan dibahas mengenai pendahuluan dari penelitian yang akan dilakukan. Bab I ini akan terdiri dari latar belakang masalah dari penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan dan asumsi penelitian, metodologi dari penelitian yang akan dilakukan, serta sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Bruto (PDB), Produk Nasional Bruto (PNB), dan Pendapatan Nasional (PN) menunjukkan pola yang meningkat sejak tahun 2014. Meningkatnya ekonomi Indonesia secara terus menerus dari 4,88% menjadi 5,17% pada tahun 2015 hingga pada tahun 2018 membuktikan pernyataan tersebut. Menurut Katadata (2018), semakin besar pendapatan perkapita mengindikasikan peningkatan kondisi perekonomian suatu wilayah.

Meningkatnya kondisi perekonomian di Indonesia diikuti dengan perubahan gaya hidup dan kebiasaan makan. Riset Nielsen menunjukkan bahwa 11% masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan makan di luar rumah jika dibandingkan dengan rata-rata kebiasaan makan di luar secara global yang hanya berada pada angka 9%. Menurut Handayani (2017), masyarakat zaman sekarang memiliki tren untuk berkumpul bersama keluarga dan teman-teman sama yang sejalan dengan budaya makan di luar rumah.

Bandung merupakan ibu kota Jawa Barat yang memiliki beragam destinasi wisata mulai dari alam, budaya, hingga kuliner. Menurut Susanti (2019), Kementerian Pariwisata menetapkan Kota Bandung sebagai kota destinasi wisata kuliner nasional pada acara *Millenial Tourism Corner*. Hal ini membuktikan bahwa Kota Bandung memiliki daya tarik tersendiri yang menarik para wisatawan domestik, wisatawan mancanegara, maupun warga lokal Kota Bandung untuk melakukan wisata kuliner. Menurut Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Bandung (2018), jumlah wisatawan domestik dan wisatawan

mancanegara cenderung bertambah setiap tahunnya di Kota Bandung. Jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2013-2017 dapat dilihat pada Tabel I.1 .

Tabel I.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung pada Tahun 2013-2017

No	Uraian Wisatawan	Tahun				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Domestik	5.388.292	5.627.421	5.877.162	4.827.589	6.960.512
2	Mancanegara	176.432	180.143	183.932	173.036	
Total		5.564.724	5.807.564	6.061.094	5.000.625	6.960.512

Sumber : Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung (2018)

Jumlah wisatawan maupun warga lokal yang terus meningkat membuat para pelaku bisnis menciptakan usaha di bidang kuliner di Kota Bandung. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Kota Bandung memiliki 396 restoran pada tahun 2016. Restoran dengan menu dari mancanegara semakin banyak di era globalisasi, diantaranya adalah makanan khas Jepang, makanan khas Timur Tengah, makanan khas Barat, hingga makanan khas Korea. Munculnya restoran-restoran tersebut dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke sana.

Banyaknya jumlah restoran di Kota Bandung meningkatkan intensitas persaingan usaha di bidang kuliner. Persaingan tersebut membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk mempertahankan bahkan merebut pangsa pasar. Agar dapat bertahan dan bersaing, para pelaku bisnis harus lebih kreatif menampilkan konsep restorannya agar menarik perhatian pelanggan dengan mengutamakan kualitas, kemasan, maupun rasa makanannya.

Makanan khas Korea bernuansa Korean *Barberque* (BBQ) memiliki peminat yang banyak di Kota Bandung. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya restoran menjual makanan khas Korea bernuansa Korean BBQ. Tabel I.2, menunjukkan bahwa terdapat cukup banyak restoran bernuansa Korean BBQ di Kota Bandung. Beberapa restoran bernuansa Korean BBQ di Bandung dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Restoran Bernuansa Korean BBQ di Kota Bandung

No	Nama	Harga/orang
1	Bornga Restaurant	Rp100.000 - Rp200.000
2	Chung Gi Wa Korean BBQ	Rp100.000 - Rp200.000
3	Manse Korean Grill	Rp100.000 - Rp200.000
4	Hu Han Korean BBQ	Rp75.000 - Rp200.000
5	Chagiya Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000
6	GOGI Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000

(lanjut)

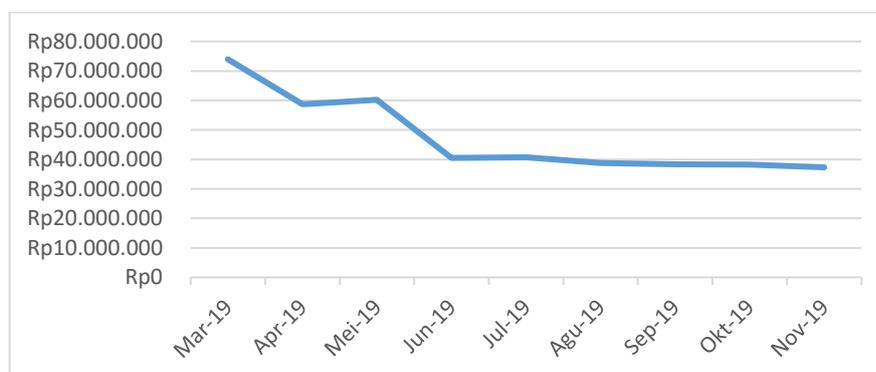
Tabel I.2 Restoran Benuansa Korean BBQ di Kota Bandung (Lanjutan)

No	Nama	Harga/orang
7	Gogjib Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000
8	Maboo BBQ Resto	Rp50.000 - Rp100.000
9	Charada Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000
10	Gijeogeun Korean BBQ Cafe	Rp50.000 - Rp100.000
11	Nomu Nomu Korean Grill	Rp50.000 - Rp100.000
12	TTALs Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000
13	MEOKJA Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000
14	Sadang Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000
15	Gu-i Korean Grill	Rp50.000 - Rp100.000

Sumber : <https://www.google.co.id/>

Hu Han Korean BBQ merupakan salah satu restoran khas Korea yang benuasa Korean BBQ yang berdiri sejak tahun 2017. Restoran ini menyediakan aneka makanan khas Korea, seperti *samgyposal dwaeji*, *soegogi wo samsyeop*, bihun khas Korea (*japchae*) hingga makanan ringan seperti *chicken & topokki*, *haepokki rice bowl*, dan lain sebagainya. Hu Han Korean BBQ berlokasi di Jl. Taman Kopo Indah III No.C 82, Rahayu, Kecamatan Margaasih, Bandung.

Hu Han Korean BBQ telah menjalankan usahanya selama hampir 3 tahun sejak tahun 2017. Penjualan yang dimiliki Hu Han Korean BBQ mengalami kenaikan dan penurunan disetiap periodenya. Namun, Hu Han Korean BBQ mengalami penurunan penjualan yang berakhir pada kondisi statis selama sembilan bulan terakhir. Penjualan Hu Han Korean BBQ Maret 2019 hingga November 2019 dapat dilihat pada Gambar I.1. Pihak restoran Hu Han Korean BBQ tidak dapat memberikan informasi penjualan pada tahun 2018, bulan Januari, Februari, dan Desember 2019 karena kurangnya sistem pendataan pada bagian keuangannya.



Gambar I.1. Penjualan Hu Han Korean BBQ Bulan Maret 2019 hingga November 2019

Pada Gambar I.1, dapat dilihat bahwa penurunan terbesar Penjualan Hu Han Korean BBQ terlihat pada penjualan bulan Juni 2019, dimana terjadi penurunan penjualan sebesar Rp 19.750.000. Penjualan Hu Han Korean BBQ terus mengalami penurunan hingga mengalami kondisi statis pada bulan Agustus 2019 hingga Oktober 2019. Penurunan tersebut tentu saja akan berdampak pada menurunnya laba yang dihasilkan restoran Hu Han Korean BBQ. Menurut Muktiadji dan Kamage (2009), banyaknya laba yang dihasilkan dapat menjadi tolak ukur sebuah restoran agar dapat melakukan pertumbuhan usahanya sehingga dapat bersaing dengan restoran sekitarnya. Semakin banyak restoran Korean BBQ dapat membuat Hu Han Korean BBQ kesulitan apabila tidak dilakukan perbaikan. Oleh karena itu, perlu dilakukan perbaikan agar kondisi ini dapat diatasi.

I.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Pihak Hu Han Korean BBQ merasa harus melakukan perbaikan agar Hu Han Korean BBQ dapat bersaing dengan para pesaingnya di bidang kuliner khas Korea tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan identifikasi lebih lanjut mengenai permasalahan yang dihadapi pelanggan Hu Han Korean BBQ. Identifikasi dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pemilik Hu Han Korean BBQ. Pemilik mengatakan bahwa Hu Han Korean BBQ memiliki *rating* yang lebih rendah jika dibandingkan dengan restoran bernuansa Korean BBQ di sekitarnya. Menurut pemilik Hu Han Korean BBQ, *rating* yang diberikan pelanggan didasarkan oleh kepuasan pelanggan tersebut setelah mengunjungi Hu Han Korean BBQ. *Rating* restoran bernuansa Korean BBQ di Bandung dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3 *Rating* Restoran Bernuansa Korean BBQ di Bandung Menurut Ulasan Google Februari 2020

No	Nama	Harga / Orang	<i>Rating</i>
1	Bornga Restaurant	Rp100.000 - Rp200.000	4,6
2	Maboo BBQ Resto	Rp50.000 - Rp100.000	4,6
3	TTALs Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000	4,6
4	Charada Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000	4,5
5	Chung Gi Wa Korean BBQ	Rp100.000 - Rp200.000	4,5
6	Gu-i Korean Grill	Rp50.000 - Rp100.000	4,5
7	Chagiya Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000	4,4
8	Gijeogeun Korean BBQ Cafe	Rp50.000 - Rp100.000	4,4

(lanjut)

Tabel I.3 *Rating* Restoran Bernuansa Korean BBQ di Bandung Menurut Ulasan Google Februari 2020 (Lanjutan)

No	Nama	Harga / Orang	<i>Rating</i>
9	Gogjib Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000	4,2
10	MEOKJA Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000	4,2
11	Sadang Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000	4,2
12	GOGI Korean BBQ	Rp50.000 - Rp100.000	4,1
13	Hu Han Korean BBQ	Rp75.000 - Rp200.000	4,1
14	Manse Korean Grill	Rp100.000 - Rp200.000	4
15	Nomu Nomu Korean Grill	Rp50.000 - Rp100.000	3,8

Sumber : <https://www.google.co.id/>

Berdasarkan Tabel I.3, dapat dilihat bahwa *rating* restoran Hu Han Korean BBQ berada diperingkat ke-13, yakni 4,1 jika dibandingkan dengan *rating* restoran bernuansa Korean BBQ di sekitarnya, seperti TTALs, Gijeogeun, dan Maboo Korean BBQ. Meskipun mengalami kenaikan sebesar 0,2 poin dibandingkan pada tahun 2018, *rating* tersebut dianggap masih rendah oleh pemilik restoran. Selain itu, pemilik mengatakan bahwa beliau menerima beberapa kritik mengenai pelayanan Hu Han Korean BBQ. Pelayanan yang kurang responsif dan waktu pelayanan yang lama merupakan kritik yang sering dikatakan pelanggan kepada pemilik.

Menurut pemilik Hu Han Korean BBQ, kepuasan pelanggan di restorannya cukup rendah jika dilihat dari *rating* ulasan Google. Hal ini dikarenakan apabila pelanggan puas, maka *rating* yang diberikan akan lebih tinggi. Selain itu, menurut pemilik Hu Han Korean BBQ tingkat kepuasan pelanggan yang cukup rendah ini akan mengurangi niat pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran Hu Han Korean BBQ yang akan berdampak pada semakin menurunnya penjualan di restoran Hu Han Korean BBQ. Menurut Wakefield and Baker (1998), probabilitas kepuasan pelanggan dan keinginan tinggal lebih lama di sebuah toko akan meningkat karena kualitas layanan dan suasana toko yang dimiliki oleh toko tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan ekspektasi yang diharapkan. Jika kinerja jauh dari harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan yang sangat puas atau senang. Meningkatnya kepuasan pelanggan dan meningkatnya niat beli

ulang pelanggan tentu saja akan berdampak pada meningkatnya penjualan pada sebuah perusahaan.

Pemilik Hu Han Korean BBQ juga mengatakan bahwa pihaknya telah melakukan beberapa usaha untuk meningkatkan penjualannya dengan menarik minat beli ulang pelanggan restorannya. Salah satu usahanya adalah dengan membuat akun sosial media untuk memberikan informasi serta promosi yang diberikan oleh Hu Han Korean BBQ. Namun, akun sosial media tersebut tidak digunakan lagi sejak tahun 2018 karena pihak pengelola merasa usaha tersebut tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap penjualan Hu Han Korean BBQ. Usaha lain yang dilakukan adalah melakukan promosi secara langsung di restoran dengan memberikan diskon 30%, beli 2 porsi daging gratis 1 porsi daging, diskon 20% untuk pembelian minimal Rp 100.000, dan promosi yang berlaku pada bulan Desember 2019 adalah beli 3 porsi daging gratis 1 porsi daging.

Selain melakukan wawancara dengan pemilik, dilakukan wawancara awal dengan 20 responden yang pernah berkunjung ke restoran Korean BBQ. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran awal mengenai alasan para responden kembali mengunjungi sebuah restoran Korean BBQ. Wawancara dapat dilakukan dengan 2 jenis responden, yakni responden yang tidak kembali mengunjungi restoran Korean BBQ dan responden yang kembali berkunjung ke restoran Korean BBQ. Pada penelitian ini, responden yang dipilih adalah orang-orang yang berkunjung kembali ke restoran Korean BBQ karena restoran Hu Han Korean BBQ ingin mempertahankan para pelanggan yang kembali berkunjung ke restoran Korean BBQ. Dengan mempertahankan pelanggan tersebut, dapat memperbesar kemungkinan para pelanggan yang puas akan merekomendasikan restoran Korean BBQ tersebut dan dengan melakukan upaya perbaikan terhadap restoran Hu Han Korean BBQ, tidak menutup kemungkinan para pelanggan yang pertama kali datang ke restoran tersebut akan melakukan kunjungan berikutnya sehingga dapat meningkatkan penjualan Hu Han Korean BBQ. Alasan 20 responden dapat dilihat pada Tabel I.4.

Tabel I.4 Alasan Responden Mengunjungi Kembali Restoran Korean BBQ

No	Faktor	Frekuensi
1	Rasa makanan di restoran Koreaan BBQ	17
2	Harga makanan di restoran Koreaan BBQ	15
3	Kualitas makanan di restoran Koreaan BBQ	12

(lanjut)

Tabel I.4 Alasan Responden Mengunjungi Kembali Restoran Korean BBQ

No	Faktor	Frekuensi
4	Pelayanan di restoran Koreaan BBQ	10
5	Lokasi restoran Koreaan BBQ	9
6	Suasana restoran Koreaan BBQ	9
7	Variasi makanan yang ditawarkan restoran Koreaan BBQ	7
8	Tempat yang nyaman untuk keluarga	3
9	Kebersihan tempat restoran Koreaan BBQ	2

Berdasarkan penilaian Tabel I.4, terlihat terdapat sembilan alasan responden untuk berkunjung kembali ke sebuah restoran Korean BBQ. Rasa makanan merupakan alasan responden yang paling banyak ditemui. Selain itu, identifikasi masalah dilakukan dengan mewawancarai 22 responden yang pernah mengunjungi Hu Han Korean BBQ. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui alasan responden untuk kembali mengunjungi Hu Han Korean BBQ. Alasan responden dapat dilihat pada Tabel I.5.

Tabel I.5 Alasan Responden Mengunjungi Kembali Restoran Hu Han Korean BBQ

No	Faktor	Frekuensi
1	Rasa makanan di Hu Han Korean BBQ	19
2	Harga yang ditawarkan Hu Han Korean BBQ	16
3	Lokasi restoran Hu Han Korean BBQ	11
4	Kualitas makanan di Hu Han Korean BBQ	10
5	Suasana restoran Hu Han Korean bbq	8
6	Pelayanan di restoran Hu Han Korean BBQ	7
7	Variasi makanan yang ditawarkan restoran Hu Han Korean BBQ	7

Berdasarkan Tabel I.5, dapat dilihat alasan-alasan responden untuk kembali lagi mengunjungi Hu Han Korean BBQ. Alasan responden yang paling banyak adalah karena rasa makanan di Hu Han Korean BBQ. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, terlihat bahwa terdapat faktor-faktor lain selain harga dan pemasaran yang belum dipertimbangkan pemilik restoran untuk meningkatkannya.

Selain itu, identifikasi masalah dilakukan dengan melihat ulasan Google terkait penilaian pelanggan terhadap Hu Han Korean BBQ dengan komentar. Penilaian ini dapat memperlihatkan komentar pelanggan yang telah mengunjungi Hu Han Korean BBQ. Penilaian pelanggan pada ulasan Google Pada tahun 2017-2019 dapat dilihat pada Tabel I.6.

Tabel I.6. Penilaian Pelanggan Restoran Hu Han Korean BBQ melalui Ulasan Google pada Tahun 2017-2019

No	Penilaian	Frekuensi
1	Korean BBQ dengan harga yang murah	13
2	Rasa makanan yang enak	11
3	Pelayanan yang buruk	2
4	Rasa makanan yang <i>standard</i>	2
5	Porsi yang sedikit untuk harga yang ditawarkan	1
6	Tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama teman dan keluarga	1
7	Membeli karena ada diskon agar harga terjangkau	1

Komentar mengenai kepuasan maupun keluhan yang disampaikan pelanggan tentu saja sangat penting untuk diperhatikan untuk kelangsungan sebuah restoran. Menurut Chevalier dan Mayzlin (2006), ulasan *online* menjadi salah satu faktor penting untuk mempengaruhi *sales volume* dan pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, penilaian pelanggan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan itu sendiri maupun penjualan Hu Han Korean BBQ kedepannya.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, terlihat bahwa upaya yang dilakukan Hu Han Korean BBQ mengarah pada faktor harga dan pemasaran saja. Padahal, hasil wawancara dengan responden menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa alasan yang menyebabkan para responden kembali lagi ke restoran Korean BBQ maupun restoran Hu Han Korean BBQ. Agar dapat melakukan upaya yang tepat, dibutuhkan penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *customer revisit intention* atau niat pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran Korean BBQ. Hal ini dikarenakan selain ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan restoran Hu Han Korean BBQ sendiri, pihak Hu Han Korean BBQ perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang meningkatkan niat target konsumen untuk kembali ke restoran Korean BBQ agar dapat diterapkan di restorannya.

Menurut Baker dan Crompton (2000), niat kembali ke layanan dan kemauan untuk membayar lebih terhadap suatu layanan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Niat beli ulang pelanggan merupakan kesediaan untuk kembali dan kesediaan untuk merekomendasikan suatu organisasi kepada orang lain melalui mulut ke mulut (Howat, Crilley, & Mcgrath, 2008). Menurut Choi dan Chu (2001), kepuasan pelanggan merupakan faktor yang

berpengaruh dalam mempengaruhi niat pelanggan untuk mengunjungi kembali sebuah restoran. Hal tersebut berarti semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi juga peluang pelanggan untuk kembali mengunjungi sebuah layanan. Menurut Mattila pada Kisang, R. dan Heesup, H. (2010), kualitas makanan adalah atribut yang paling penting pada elemen restoran secara keseluruhan dan diharapkan memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Hyun dalam Yenny. E. Br. C. And Herry. H. (2017), lokasi restoran adalah aspek penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu menurut Mattila (2001), tiga faktor utama pelanggan kembali mengunjungi sebuah restoran adalah faktor kualitas makanan, kualitas layanan, dan suasana restoran.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, Rumusan masalah yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Apa faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran Korean BBQ?
2. Usulan apa yang dapat diberikan agar dapat meningkatkan niat pelanggan untuk kembali berkunjung ke restoran Hu Han Korean BBQ?

I.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Pada penelitian ini terdapat batasan yang ditetapkan untuk mempermudah penelitian. Berikut ini adalah batasan-batasan yang digunakan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih terfokus :

1. Penelitian tidak dilakukan hingga tahap implementasi usulan, melainkan hingga tahap evaluasi usulan.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, selanjutnya ditetapkan tujuan dari penelitian Hu Han Korean BBQ. Berikut adalah tujuan penelitian mengenai Hu Han Korean BBQ.

1. Mengetahui apa faktor yang mempengaruhi niat untuk berkunjung kembali ke restoran Korean BBQ.
2. Mengetahui usulan apa yang dapat diberikan agar dapat meningkatkan niat pelanggan untuk kembali berkunjung ke restoran Hu Han Korean BBQ.

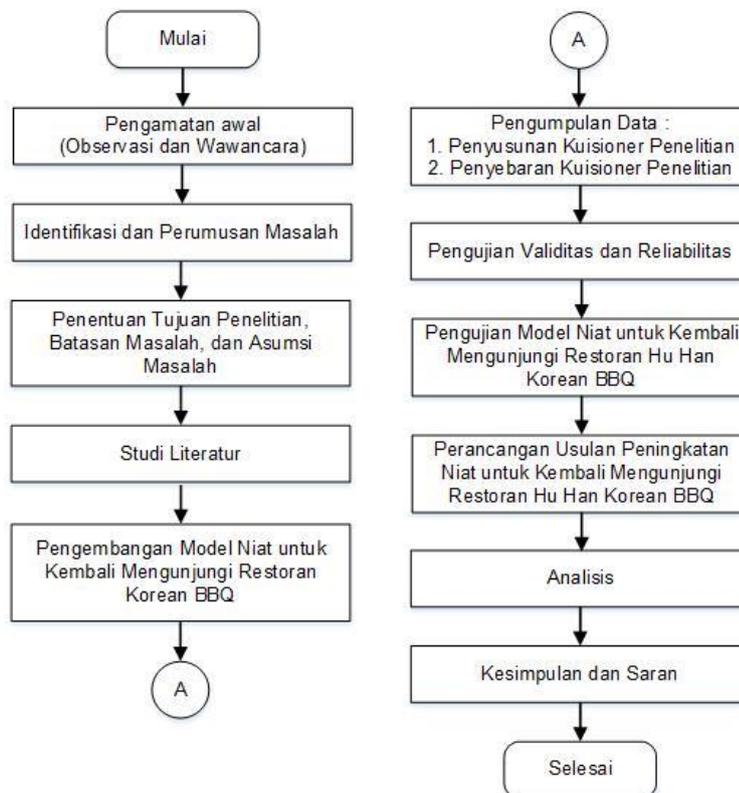
I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Adapun pihak yang terkait pada penelitian ini adalah pada bidang keilmuan Teknik Industri dan restoran Hu Han Korean BBQ. Berikut adalah beberapa manfaat dalam penelitian ini.

1. Mampu memberi informasi kepada pihak Hu Han Korean BBQ faktor-faktor apa yang meningkatkan niat pelanggan untuk kembali berkunjung ke restoran Korean BBQ.
2. Menjadi bahan referensi bagi pembaca yang sedang melakukan penelitian mengenai kualitas layanan pada sebuah restoran.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian berisi tentang tahap-tahap yang dilakukan dalam melakukan penelitian. Metodologi penelitian berguna agar penelitian yang dilakukan dapat terarah dan sistematis. *Flowchart* metodologi penelitian dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar I.2 Metodologi Penelitian

Berdasarkan Gambar 1.2, akan dijelaskan tahap-tahap yang akan dilakukan selama penelitian. Penjelasan tahapan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Pengamatan awal

Pengamatan awal dilakukan dengan melakukan observasi ke objek penelitian yakni Hu Han Korean BBQ. Observasi ini dilakukan dengan mewawancarai pemilik Hu Han Korean BBQ. Observasi dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang tengah dihadapi oleh pemilik Hu Han Korean BBQ. Selain melakukan wawancara dengan pemilik, dilakukan wawancara kepada masyarakat sekitar Hu Han Korean BBQ maupun konsumen untuk mengetahui bagaimana pandangan konsumen terhadap Hu Han Korean BBQ.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Setelah dilakukan pengamatan awal, selanjutnya dilakukan langkah identifikasi masalah dengan mencari akar permasalahan yang dimiliki objek penelitian. Setelah mendapatkan akar permasalahan, dilakukan perumusan masalah sebagai acuan yang hendak diselesaikan dalam penelitian.

3. Penentuan Tujuan, Pembatasan Masalah, dan Asumsi Masalah

Penentuan tujuan penelitian didasari oleh perumusan masalah yang telah didapatkan sebelumnya. Tujuan penelitian akan menjawab perumusan masalah. Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terfokus sehingga dapat mencapai tujuan penelitian. Sedangkan asumsi penelitian bertujuan agar mempermudah jalannya penelitian.

4. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan agar mendapat teori-teori terkait dengan penelitian. Studi literatur juga dilakukan untuk mendapatkan model dan metode yang hendak digunakan selama penelitian. Teori-teori yang didapatkan kemudian akan digunakan sebagai panduan agar dapat menyelesaikan permasalahan dengan tepat.

5. Pengembangan Model Niat untuk Kembali Mengunjungi Restoran Korean BBQ

Tahap pengembangan model niat untuk kembali mengunjungi restoran Korean BBQ dilakukan dengan menentukan variabel-variabel yang terkait dengan niat pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran Korean BBQ dan membentuk hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian yang dibuat mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat untuk kembali mengunjungi restoran Korean BBQ.

6. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyusunan kuisisioner terlebih dahulu. Penyusunan kuisisioner dilakukan berdasarkan butir pengukuran yang didapatkan dari studi literatur yang telah dilakukan. Setelah menyusun kuisisioner, kuisisioner tersebut kemudian disebarakan kepada orang-orang yang pernah mengunjungi restoran Korean BBQ di Bandung dan pelanggan Hu Han Korean BBQ.

7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Hasil kuisisioner yang didapatkan selanjutnya akan diolah dengan menguji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan yang diajukan dapat benar-benar mengukur atau mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuisisioner tersebut. Sedangkan uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui apakah kuisisioner yang telah disebarakan dapat diandalkan dengan memiliki hasil yang konsisten.

8. Pengujian Model Niat untuk Kembali Mengunjungi Restoran Korean BBQ

Data yang telah didapatkan selanjutnya diolah menggunakan model penelitian yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini, metode pengolahan data yang digunakan adalah *Structural Equation Model*.

9. Perancangan Usulan Meningkatkan Niat untuk Kembali Mengunjungi Restoran Hu Han Korean BBQ

Berdasarkan hasil pengujian model niat untuk kembali mengunjungi restoran Korean BBQ, selanjutnya dibuat perancangan usulan peningkatan niat untuk kembali mengunjungi restoran Hu Han Korean BBQ. Prioritas perancangan usulan dilihat dari IPMA dan melihat nilai rata-rata penilaian dari responden pelanggan Hu Han Korean BBQ untuk melakukan perancangan usulan.

10. Analisis

Berdasarkan pengolahan data yang telah didapatkan, selanjutnya dilakukan analisis. Analisis berisi tentang analisis pengolahan data dan analisis tentang usulan peningkatan niat untuk kembali mengunjungi restoran Hu Han Korean BBQ

11. Kesimpulan dan Saran

Tahap akhir dari penelitian ini adalah mengambil kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan memberi saran. Kesimpulan dibuat untuk

menjawab rumusan masalah sedangkan saran diberikan untuk berbagai pihak terkait.

I.7 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian skripsi ini terdiri dari 5 bagian dimana setiap bagian berada pada masing-masing bab yang berbeda. Sistematika penulisan ini berguna untuk mengetahui hal-hal apa saja yang akan dibahas pada setiap babnya secara garis besar.

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I akan berisi mengenai pendahuluan dari penelitian yang akan dilakukan. Pendahuluan tersebut meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian yang akan dilakukan, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab II akan berisi tentang tinjauan pustaka dari penelitian yang dilakukan. Tinjauan pustaka tersebut terdiri dari studi literatur yang dikumpulkan dari buku. Studi literatur tersebut dijadikan dasar teori yang digunakan dalam pengumpulan data hingga merancang usulan.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada Bab III akan berisi tentang pembangunan model dan hipotesis penelitian, pengumpulan data, serta pengolahan data. Pengumpulan data dimulai dari penyusunan kuesioner hingga penyebaran kuesioner. Pengolahan data dimulai dari penyeleksian data kuesioner hingga pengukuran performansi restoran Hu Han Korean BBQ.

BAB IV ANALISIS

Pada Bab IV akan berisi tentang analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Selain itu, akan dijelaskan mengenai rancangan usulan untuk meningkatkan niat pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran Hu Han Korean BBQ.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V akan berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan akan menjawab tujuan dari penelitian. Sedangkan saran diberikan untuk restoran Hu Han Korean BBQ dan penelitian selanjutnya.