

UPAYA PENINGKATAN *REPURCHASE INTENTION* RESTORAN X

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Jonathan Dwiki Kurnia
NPM : 2016610061



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

UPAYA PENINGKATAN *REPURCHASE INTENTION* RESTORAN X

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Jonathan Dwiki Kurnia
NPM : 2016610061



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Jonathan Dwiki Kurnia
NPM : 2016610061
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : UPAYA PENINGKATAN *REPURCHASE INTENTION*
RESTORAN X

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 29 Agustus 2020

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri



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

Pembimbing Tunggal

(Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE.)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Jonathan Dwiki Kurnia

NPM : 2016610061

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“UPAYA PENINGKATAN *REPURCHASE INTENTION* RESTORAN X”

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 Agustus 2020

Jonathan Dwiki Kurnia
2016610061

ABSTRAK

Sejak tahun 2011 hingga tahun 2019 Kabupaten Kuningan selalu mengalami peningkatan kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Hal tersebut mengindikasikan industri pariwisata Kuningan, yang melingkupi hotel, objek wisata ekologi, objek wisata hiburan, dan rumah makan, dijadikan sebagai destinasi favorit para wisatawan. Restoran X sebagai salah satu pelaku usaha rumah makan di Kuningan justru mengalami penurunan jumlah kunjungan di periode 2018-2019. Secara keseluruhan, industri rumah makan Kuningan mengalami peningkatan kunjungan sebesar 22% pada periode 2018-2019, tetapi Restoran X mengalami penurunan kunjungan sebesar 3%. Dugaan awal penurunan tingkat kunjungan tersebut adalah rendahnya perilaku niat beli ulang dari pelanggan Restoran X. Hal tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan manajemen dan adanya keluhan pelanggan terkait pengalaman berkunjung ke Restoran X yang kurang memuaskan. Manajemen pada dasarnya mengetahui fenomena penurunan tingkat kunjungan, tetapi tidak memahami apa yang menjadi penyebabnya.

Langkah awal penelitian adalah mengumpulkan referensi dalam bentuk jurnal ilmiah yang memuat pemodelan perilaku niat beli ulang pada sebuah tempat makan. Model-model teoritis yang telah dikumpulkan tidak dapat langsung digunakan karena adanya perbedaan kondisi populasi pelanggan dalam jurnal dengan populasi pelanggan Restoran X. Untuk memperoleh model yang cocok dengan populasi Restoran X, maka diperlukan pengujian terhadap model teoritis agar menghasilkan model empiris. Pengujian model secara empiris dilakukan dengan mengikuti prosedur penelitian *covariance based-structural equation modeling* (CB-SEM). Penelitian ini melibatkan sebanyak 172 sampel di mana populasinya adalah para pelanggan yang pernah berkunjung ke Restoran X setidaknya satu kali.

Berdasarkan hasil prosedur CB-SEM, perilaku niat beli ulang pelanggan di Restoran X dimodelkan dengan adanya pengaruh dari atmosfer, kualitas pelayanan, harga dan nilai, dan kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang. Pada penelitian ini performansi niat beli ulang Restoran X dipersepsikan rendah oleh pelanggan dengan nilai performansi sebesar 3,84 dari 7,00. Untuk memperbaiki performansi niat beli ulang, pada penelitian ini diusulkan sebanyak 24 usulan di mana sebanyak 21 usulan diterima, 2 usulan dipertimbangkan, dan 1 usulan ditolak untuk diterapkan oleh Restoran X.

ABSTRACT

From 2011 to 2019, Kuningan Regency always experienced an increase in tourist arrivals each year. This indicates the Kuningan tourism industry, which encompasses hotels, ecological attractions, entertainment attractions, and restaurants, has become a favorite destination for tourists. Restaurant X as one of the restaurant business operators in Kuningan actually experienced a decrease in the number of visits in the 2018-2019 period. Overall, the Kuningan restaurant industry experienced a 22% increase in visits in the 2018-2019 period, but Restaurant X experienced a 3% decrease in visits. The initial allegation of the decline in visit rates was the low repurchase intention behavior of Restaurant X customers. This was reinforced by the results of interviews with management and the presence of customer complaints related to the experience of visiting Restaurant X which was less than satisfactory. The management is basically aware of the phenomenon of decreased visit rates, but does not understand the causes.

The initial step of the research is to collect references in the form of scientific journals that contain modeling of repurchase intention behavior at a dining place. The theoretical models that have been collected cannot be directly used because of differences in the conditions of the customer population in the journal with the restaurant X customer population. To obtain a model that matches the population of Restaurant X, testing of the theoretical model is needed to produce an empirical model. Empirical model testing is carried out by following the covariance-based structural equation modeling (CB-SEM) research procedure. This study involved 172 samples in which the population was customers who had visited Restaurant X at least once.

Based on the results of the CB-SEM procedure, customer repurchase intention behavior in Restaurant X is modeled by the influence of the atmosphere, service quality, price and value, and customer satisfaction with repurchase intention. In this study, the performance of intention to buy back Restaurant X was perceived low by customers with a performance value of 3.84 out of 7.00. To improve the performance of repurchase intentions, 24 proposals were proposed in this study in which 21 proposals were accepted, 2 proposals were considered, and 1 proposals were rejected for implementation by Restaurant X.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, rahmat, dan karunia-Nya penyusunan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang studi Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan dengan judul “Upaya Peningkatan *Repurchase Intention* Restoran X” dapat diselesaikan tepat waktu. Penulis mendapat banyak dukungan selama penyusunan skripsi ini dari berbagai pihak, sehingga proses penyusunan dapat berlangsung dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Orangtua penulis yang telah memberikan dukungan moral selama proses penyusunan skripsi.
2. Bapak Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, arahan, dan saran pada penulis, sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan konten materi yang baik.
3. Bapak Romy Loice, S.T., M.T., selaku dosen koordinator mata kuliah skripsi dan selaku dosen wali penulis.
4. Ibu Dr. Hotna Sitorus, Bapak Dedy Suryadi, S.T., M.S., Ph.D, dan Ibu Churiah Agustini Santoso, Ir., MSIE., selaku dosen-dosen penguji baik proposal atau pun sidang yang telah memberikan kritik dan saran terhadap konten skripsi.
5. Manajemen dan karyawan di Restoran X yang membantu penelitian di Restoran X dan seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu mengisi kuesioner penelitian.
6. Teman-teman terdekat penulis yang telah memberikan dukungan, saran, dan bantuan selama penyusunan skripsi.

Penulis berharap melalui skripsi ini, Restoran X dapat terbantu dalam meningkatkan tingkat penjualannya melalui perbaikan terhadap beberapa aspek kualitas jasa.

Bandung, Agustus 2020

Penulis

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 dan Perumusan Masalah.....	I-4
I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-6
I.4 Tujuan Penelitian	I-7
I.5 Manfaat Penelitian	I-7
I.6 Metodologi Penelitian	I-7
I.7 Sistematika Penulisan	I-11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 <i>Structural Equation Modeling</i>	II-1
II.1.1 Elemen dan Visualisasi SEM.....	II-2
II.1.2 Fungsi Metode SEM.....	II-5
II.2 Model Acuan Penelitian.....	II-6
II.2.1 Model Acuan Pertama.....	II-6
II.2.2 Model Acuan Kedua	II-7
II.2.3 Model Acuan Ketiga	II-8
II.2.4 Model Acuan Keempat	II-9
II.3 Prosedur SEM.....	II-9
II.4 Definisi Restoran.....	II-13
II.5 Perilaku Konsumen	II-15
II.6 Teknik Pengumpulan Data	II-16
II.7 Teknik <i>Sampling</i>	II-17
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1

III.1 Tahap 1 : Identifikasi dan Pendefinisian Konstruk	III-1
III.2 Tahap 2 : Pengembangan Model Pengukuran	III-6
III.3 Tahap 3 : Perancangan Pendekatan Penelitian	III-8
III.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Pengukuran.....	III-9
III.4.1 Uji Reliabilitas Instrumen Pengukuran	III-9
III.4.2 Validasi Instrumen Pengukuran.....	III-10
III.5 Tahap 4 : Pengujian Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>).....	III-12
III.5.1 Uji Normalitas	III-13
III.5.2 Uji Validitas Model Pengukuran : <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ..	III-16
III.6 Tahap 5 : Menetapkan Model Struktural (<i>Structural Model</i>)	III-20
III.7 Tahap 6 : Validasi/Pengujian Model Struktural	III-24
III.8 Konstruk yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang di Restoran X.....	III-26
III.9 Tingkat Perfomansi Variabel Penentu Niat Beli Ulang.....	III-27
III.10 Hasil Kuesioner Profil Responden	III-28
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Hipotesis Penelitian	IV-1
IV.2 Menentukan Prioritas Perbaikan Pada Skala Variabel dan Atribut..	IV-4
IV.3 Analisis Perfomansi Variabel Penentu Niat Beli Ulang Saat Ini.....	IV-5
IV.3.1 Analisis Perfomansi Variabel Atmosfer Saat Ini	IV-6
IV.3.2 Analisis Perfomansi Variabel Kualitas Pelayanan Saat Ini	IV-8
IV.4 Hubungan Karakteristik Responden dengan Atribut Penelitian	IV-10
IV.5 Rancangan Usulan Perbaikan	IV-14
IV.5.1 Usulan Perbaikan Variabel Atmosfer	IV-14
IV.5.2 Usulan Perbaikan Variabel Kualitas Pelayanan	IV-22
IV.5.3 Usulan Perbaikan Variabel Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang.....	IV-26
IV.6 Rekapitulasi dan Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-26
BAB V KESIMPULAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran	V-2
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Wisatawan Kuningan Periode 2011-2019	I-1
Tabel I.2	Perbandingan Antara Kunjungan Pelanggan di Restoran X dengan Tingkat Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Kuliner	I-3
Tabel I.3	Rekapitulasi Keluhan Pada Wawancara Pendahuluan	I-5
Tabel III.1	Identifikasi Konstruksi dari Keluhan	III-1
Tabel III.2	Definisi Operasional dan Definisi Atribut	III-6
Tabel III.3	Pengujian Reliabilitas Instrumen Pengukuran	III-9
Tabel III.4	Uji KMO-MSA dan Signifikansi Bartlett.....	III-10
Tabel III.5	Hasil Ekstraksi Menggunakan Metode PCA.....	III-11
Tabel III.6	Hasil Rotasi dengan Metode Varimax	III-12
Tabel III.7	Pengujian Normalitas dari 172 Data.....	III-14
Tabel III.8	20 Buah <i>Outlier</i> Teratas dari 172 Data.....	III-15
Tabel III.9	Pengujian Normalitas dari 150 Data.....	III-16
Tabel III.10	Kriteria Penerimaan <i>Fit Indices</i> yang Dipakai	III-17
Tabel III.11	<i>Overall Fit Test</i> Model Pengukuran	III-18
Tabel III.12	Rekapitulasi Nilai <i>Factor Loading</i>	III-18
Tabel III.13	Rekapitulasi Nilai AVE dan CR	III-19
Tabel III.14	Nilai <i>Critical Ratio</i> Model Struktural	III-25
Tabel III.15	Hubungan Regresi yang Dielemenisasi dan Dipertahankan	III-25
Tabel III.16	<i>Overall Fit Test</i> Model Struktural	III-26
Tabel III.17	Rekapitulasi Tingkat Performansi Variabel Penentu Niat Beli Ulang.....	III-28
Tabel IV.1	Nilai R^2 Variabel Dependen.....	IV-4
Tabel IV.2	Prioritas Perbaikan Variabel.....	IV-4
Tabel IV.3	Prioritas Perbaikan Atribut pada Tiap Variabel.....	IV-5
Tabel IV.4	Rekapitulasi Tabulasi Silang Karakter Responden-Atribut	IV-14
Tabel IV.5	Usulan Standar Mencatat Pesanan.....	IV-23
Tabel IV.6	Usulan Standar Sopan Santun Menyambut Pelanggan	IV-24
Tabel IV.7	Usulan Standar Menyajikan Minuman.....	IV-25
Tabel IV.8	Usulan Standar Merekomendasikan Menu	IV-26

Tabel IV.9 Rekapitulasi Usulan Perbaikan Variabel AtmosferIV-27

Tabel IV.10 Rekapitulasi Usulan Perbaikan Variabel Kualitas PelayananIV-29

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Data Jumlah Pelanggan Restoran X Periode 2018-2019	I-3
Gambar I.2	Metodologi Penelitian	I-10
Gambar II.1	<i>Measurement Relationship</i> Pada Konstruk Eksogen dan Endogen	II-3
Gambar II.2	<i>Error</i> Pada Indikator dan Konstruk	II-3
Gambar II.3	<i>Correlational</i> Pada Hubungan antar Eksogen	II-4
Gambar II.4	<i>Path</i> Pada Hubungan Eksogen yang Mempengaruhi Endogen ..	II-4
Gambar II.5	Model Acuan Pertama	II-6
Gambar II.6	Model Acuan Kedua	II-7
Gambar II.7	Model Acuan Ketiga	II-8
Gambar II.8	Model Acuan Keempat	II-9
Gambar III.1	Pemetaan Konstruk, Atribut, dan <i>Error Term</i> Pada AMOS	III-13
Gambar III.2	Penambahan Hubungan Korelasi Antar Konstruk	III-17
Gambar III.3	Model Struktural Teoritis.....	III-23
Gambar III.4	Model Struktural Awal yang Diuji	III-24
Gambar III.5	Model Struktural Akhir	III-26
Gambar III.6	Model Struktural Empiris	III-27
Gambar IV.1	Suasana Tempat Makan Restoran X.....	IV-6
Gambar IV.2	Kondisi Plafon dan Pemandangan Atap Spandek	IV-7
Gambar IV.4	Contoh Keramik.....	IV-16
Gambar IV.5	Langit-Langit Berbahan PVC	IV-16
Gambar IV.6	Contoh Lampu Gantung	IV-17
Gambar IV.7	Contoh Jenis-Jenis Jendela	IV-18
Gambar IV.8	Contoh Bata Ringan	IV-19
Gambar IV.9	Denah Tempat Makan Restoran X	IV-20
Gambar IV.10	Partisi Untuk Meredam Kebisingan Acara	IV-21

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	A-1
LAMPIRAN B PROFIL RESPONDEN	B-1
LAMPIRAN C RESPON VARIABEL	C-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab I akan dipaparkan latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, hasil perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian yang digunakan selama penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi dari penelitian, dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Permasalahan

Beberapa tahun kebelakang, Kabupaten Kuningan mengalami lonjakan wisatawan yang cukup besar. Hal tersebut didasari beberapa faktor, seperti adanya infrastruktur seperti Tol Cipali yang memudahkan akses menuju Kabupaten Kuningan dan juga banyaknya destinasi pariwisata yang terdapat di Kabupaten Kuningan. Menurut Disporapar Kabupaten Kuningan, lonjakan ini juga sangat dipengaruhi oleh berdirinya sejumlah objek wisata dan restoran baru. (Sumber : <https://dialektikakuningan.com/tingkat-kunjungan-wisatawan-ke-kuningan-tahun-2019-naik-6336-persen/>). Sektor pariwisata di Kabupaten Kuningan secara garis besar meliputi tempat penginapan atau hotel, objek wisata ekologi dan hiburan, dan rumah makan.

Tabel I.1 Data Wisatawan Kuningan Periode 2011-2019

Rekapitulasi Data Pencapaian Target Kunjungan Wisatawan				
Hotel, ODTW, dan Rumah Makan				
Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan				
No	Tahun	Target Kunjungan (Orang)	Capaian Kunjungan (Orang)	Persentase Capaian Target (%)
1	2011	-	1,654,381	100
2	2012	-	1,764,702	100
3	2013	-	1,788,329	100
4	2014	-	1,836,407	100
5	2015	1,860,577	2,752,852	148
6	2016	1,916,394	3,066,376	160
7	2017	1,973,886	3,071,635	156
8	2018	2,052,841	4,002,124	195
9	2019	3,178,126	4,735,408	149

ODTW : Objek Daya Tarik Wisata

(Sumber : DISPORAPAR Kabupaten Kuningan)

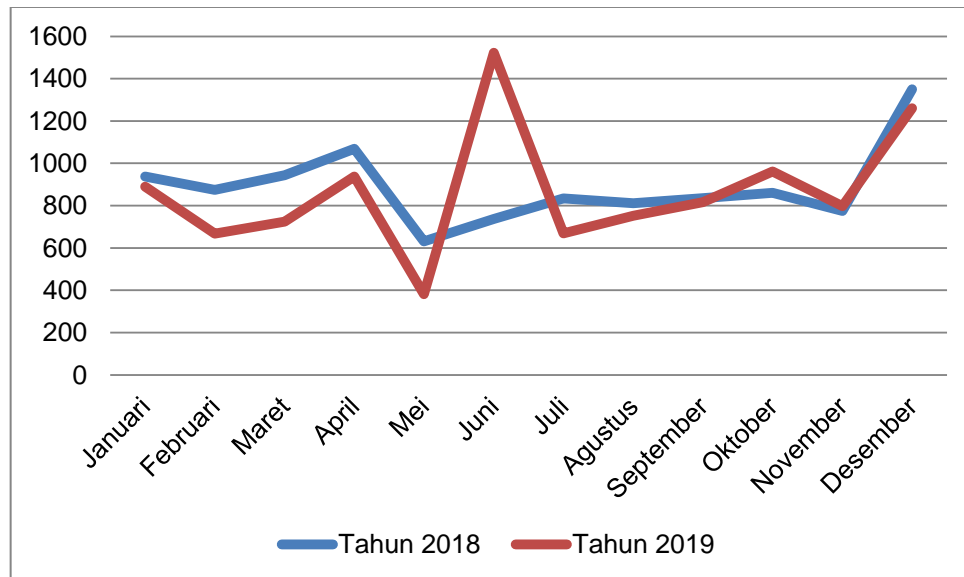
Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Kuningan membuka kesempatan bagi para pelaku usaha di bidang pariwisata untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar. Idealnya, para pelaku usaha pariwisata di Kuningan dapat menambah jumlah total pendapatan mereka seiring dengan semakin besarnya pasar industri pariwisata.

Berdiri pada tahun 2016, Restoran X merupakan salah satu destinasi wisata yang berada di Kabupaten Kuningan, Kecamatan Cilimus. Restoran X bergerak tidak hanya dalam sektor kuliner tetapi juga bergerak dalam sektor objek wisata berupa taman rekreasi. Restoran X beroperasi dari pukul 09.00 hingga pukul 21.00. Dalam sektor kuliner, Restoran X tergolong restoran keluarga konvensional yang menawarkan berbagai jenis masakan khas Sunda seperti nasi timbel, berbagai olahan ikan, dan karedok dengan harga yang relatif terjangkau. Terletak di dekat kaki Gunung Ciremai, para pengunjung dapat menikmati pemandangan berupa hamparan sawah dan juga Gunung Ciremai yang menjadi puncak tertinggi di Jawa Barat. Restoran X dapat memfasilitasi kebutuhan berbagai acara seperti rapat atau pertemuan dan keperluan prasmanan.

Penelitian yang dilakukan pada Restoran X ini hanya mencakup pada kondisi operasional di bagian restoran dan tidak turut meneliti bagian taman rekreasi. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada pemilik Restoran X, terjadi penurunan jumlah pelanggan yang datang untuk melakukan wisata kuliner ke Restoran X pada periode 2018 dan 2019. Beberapa keluhan juga kerap diterima oleh karyawan restoran melalui teguran langsung dari para pelanggan mengenai pelayanan yang kurang memuaskan. Data jumlah pelanggan per bulan yang datang ke Restoran X periode 2018-2019 dapat dilihat pada Gambar I.1.

Secara tren, jumlah pengunjung yang datang ke restoran pada tahun 2018 memiliki jumlah pengunjung yang sedikit lebih banyak ketimbang tahun 2019. Pada Bulan Oktober dan November jumlah pengunjung di tahun 2019 memiliki jumlah yang lebih banyak. Bulan Juni 2019 memiliki tingkat kunjungan yang paling baik diantara bulan-bulan lainnya. Menurut keterangan pemilik Restoran X, hal tersebut terjadi karena awal bulan Juni 2019 bertepatan dengan Hari Raya Lebaran dan sebagian besar pengunjung yang datang pada bulan tersebut berupa rombongan-rombongan dari institusi tertentu yang menggelar

acara di hari raya. Pemilik juga menambahkan, bahwa bukan hanya Restoran X yang mendapat lonjakan di Bulan Juni 2019, tetapi hampir seluruh restoran di Kabupaten Kuningan juga mengalaminya dengan tingkat kenaikannya masing-masing.



Gambar I.1 Data Jumlah Pelanggan Restoran X Periode 2018-2019
(Sumber : DISPORAPAR Kabupaten Kuningan)

Keadaan penurunan tren di Restoran X perlu ditanggapi serius karena berdasarkan data yang didapat dari Disporapar Kabupaten Kuningan, industri kuliner Kuningan justru mengalami pertumbuhan yang cukup baik di periode 2018-2019. Perbandingan kunjungan industri kuliner di Kuningan dengan Restoran X dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel I.2 Perbandingan Antara Kunjungan Pelanggan di Restoran X dengan Tingkat Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Kuliner

	2018	2019	Kenaikan Pengunjung	% Perubahan
OW Kuliner di Kuningan	1.542.350	1.877.861	335.511	22%
Restoran X	10.659	10.383	-276	-3%

(Sumber: DISPORAPAR Kabupaten Kuningan)

Secara keseluruhan, objek wisata kuliner di Kuningan mengalami kenaikan pengunjung sebanyak 22% di 2019 dibanding tahun 2018. Objek Wisata Kuliner di Kuningan diambil dari seluruh restoran yang terdapat di Kuningan dengan kriteria telah beroperasi sejak Januari 2018 dan masih beroperasi di Desember 2019 (sebanyak 54 restoran). Hal ini berbanding terbalik

dengan Restoran X yang justru mengalami penurunan sebanyak 3% pengunjung. Berdasarkan temuan gejala masalah di Restoran X, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui penyebab penurunan tren pengunjung untuk kemudian diberikan solusi perbaikan.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berkurangnya jumlah pengunjung Restoran X pada tahun 2019 terhadap 2018 membuat pendapatan yang diterima turut berkurang. Pemilik Restoran X menjelaskan, bahwa kegiatan promosi seperti membuat paket, memberikan potongan harga, bahkan mengiklankan Restoran X pada surat kabar cetak maupun *online* telah diupayakan sejak tahun awal berdirinya restoran. Namun, upaya tersebut tidak memberikan pengaruh terhadap tingkat kunjungan pelanggan. Meskipun demikian, manajemen tetap memiliki upaya promosi berupa adanya pemotongan harga dan melakukan upaya pemasaran dengan cara mengiklankan restoran di surat kabar sesekali. Pemilik Restoran X juga menambahkan, bahwa sebagian besar pelanggan yang datang ke Restoran X adalah pelanggan yang baru pertama kali datang dan hanya sebagian kecil pelanggan yang sebelumnya pernah datang memutuskan untuk datang kembali. Berdasarkan keterangan pemilik dapat dikatakan, bahwa Restoran X memiliki permasalahan berkenaan dengan minimnya niat untuk membeli atau datang kembali dari pelanggan, tetapi performansinya relatif baik dalam menarik minat pelanggan baru untuk datang. Permasalahan terkait niat beli ulang pelanggan diperkuat dengan adanya fakta berupa terdapat setidaknya 8 rumah makan keluarga yang juga menyajikan menu khas Sunda yang letaknya sangat dekat dengan Restoran X, dari seluruh restoran yang tersebar di seluruh Kabupaten Kuningan. Hal tersebut membuat persaingan di industri kuliner Kabupaten Kuningan sangat kompetitif. Hal tersebut membuat seluruh restoran dituntut untuk memiliki ciri khas untuk dapat mendiferensiasikan diri dari yang lain. Untuk mendukung dugaan, bahwa permasalahan disebabkan oleh minimnya niat beli ulang pada pelanggan restoran, identifikasi masalah juga dilakukan dengan wawancara pada pelanggan yang sedang mengunjungi Restoran X. Bentuk pertanyaan dari wawancaranya adalah sebagai berikut :

1. Apakah Anda pernah datang sebelumnya ke Restoran X ? Jika sudah pernah, kunjungan ke berapakah yang Anda lakukan saat ini ?

2. Apakah Anda memiliki niat untuk datang kembali ke Restoran X ? Jika tidak, apa alasan Anda ?
3. Apakah Anda memiliki keluhan terkait pelayanan yang diberikan Restoran X ? (Dapat lebih dari 1 jawaban)

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan pada sebanyak 15 orang pelanggan, sebanyak 4 (27%) orang menyatakan pernah mengunjungi Restoran X sebelumnya dan sebanyak 11 (73%) orang baru pertama kali datang. Seluruh responden (4 orang) yang pernah datang sebelumnya memberikan keterangan, bahwa pada saat wawancara dilakukan adalah kali ke-2 mereka datang. Menjawab pertanyaan poin ke-2, sebanyak 5 orang (33%) menyatakan akan datang kembali, 2 orang (7%) menyatakan ragu-ragu, sedangkan 9 orang (60%) menyatakan tidak akan kembali. 9 orang yang menyatakan tidak ingin kembali memberi berbagai alasan, seperti kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan, cita rasa masakan yang kurang istimewa, dan memiliki preferensi restoran lain. Menjawab poin ke-3, beberapa keluhan yang disampaikan dari 15 orang responden tersebut dapat dilihat pada Tabel I.3 di bawah.

Tabel I.3 Rekapitulasi Keluhan Pada Wawancara Pendahuluan

No.	Jenis Keluhan	Frekuensi
1	Lama waktu menunggu keluarnya pesanan	4
2	Suasana yang kurang menarik	3
3	Kurangnya kebersihan di kamar mandi	3
4	Cita rasa makanan yang tidak istimewa	2
5	Pelayan yang kurang sigap dan cekatan	1
6	Permintaan khusus terkait hidangan tidak terpenuhi	1
7	Sulit mengenali pelayan karena tidak menggunakan seragam	1

Jumlah orang yang menyatakan tidak atau ragu untuk datang kembali, disertai dengan beberapa alasan keluhan yang disebutkan diatas menguatkan dugaan, bahwa niat beli ulang para pelanggan Restoran X perlu diberi perhatian khusus. Terdapat sebanyak delapan jenis keluhan yang disampaikan oleh para pelanggan. Keluhan mengenai lamanya waktu penyajian diikuti dengan air di wastafel atau di tempat wudhu habis menjadi keluhan yang paling sering disampaikan. Keluhan-keluhan yang disampaikan di atas dapat secara langsung mempengaruhi pelanggan untuk tidak kembali datang ke Restoran X dan mencari preferensi restoran lain, secara khusus restoran sejenis.

Pemilik Restoran X memberi keterangan, bahwa belum ada upaya untuk mengevaluasi aspek niat beli ulang pelanggan di Restoran X. Hal tersebut karena pemilik restoran tidak yakin mengenai akar permasalahan yang sebenarnya dan langkah apa yang harus diambil untuk memperbaiki kondisi saat ini. Pada studinya, Namkung dan Jang (2007) menyatakan, bahwa kepuasan pelanggan (*satisfaction*) memediasi hubungan antara kualitas makanan dan niat perilaku setelah makan (*postdining behavioral intentions*). Berdasarkan hal itu, restoran harus memahami pentingnya kepuasan pelanggan sebagai faktor yang akan langsung mempengaruhi bertambahnya perilaku konsumen yang sifatnya menguntungkan perusahaan/restoran, contohnya perilaku mengunjungi kembali restoran. Jadi, diperlukan penelitian terkait faktor-faktor apa saja yang meningkatkan kepuasan pelanggan selain kualitas makanan sebagai salah satu contohnya untuk meningkatkan perilaku untuk kembali ke Restoran X.

Penelitian ini didasari pada identifikasi masalah dan minat pemilik untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan Restoran X dan langkah perbaikan yang sebaiknya dilakukan. Diberikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat niat beli ulang dari pelanggan Restoran X saat ini ?
2. Apa saja variabel-variabel yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan untuk memilih Restoran X sebagai preferensi ?
3. Apa saja usulan yang dapat diberikan pada Restoran X berdasarkan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan ?

I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Agar penelitian bersifat memiliki cakupan yang tidak terlalu luas, maka diperlukan adanya batasan dan asumsi dari penelitian yang sedang dilakukan. Pada penelitian ini, batasan yang diberikan adalah penelitian hanya dilakukan hingga tahap pemberian rekomendasi atau usulan perbaikannya saja dan tidak mencakup implementasi dari rekomendasi tersebut. Adapun asumsi yang diberikan adalah Restoran X tidak melakukan perubahan kondisi pelayanannya selama penelitian sedang berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian berfungsi untuk memberikan arah pada penelitian dan menjawab rumusan masalah yang telah diberikan. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui tingkat niat beli ulang dari pelanggan Restoran X saat ini.
2. Mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan untuk memilih Restoran X sebagai preferensi.
3. Mengetahui usulan yang dapat diberikan pada Restoran X berdasarkan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan masukan yang membangun bagi pihak Restoran X terkait dengan kualitas pelayanan yang diselenggarakan di tempat tersebut melalui peninjauan aspek niat beli ulang pelanggannya. Informasi yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah mengenai tingkat pembelian ulang para pelanggan Restoran X saat ini dan variabel apa saja yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan niat beli ulang di Restoran X. Masukan yang diberikan dari penelitian ini berupa usulan-usulan terhadap variabel yang terbukti mempengaruhi niat beli ulang pelanggan dalam memilih Restoran X sebagai preferensi wisata kulinernya. Harapannya, dengan pemberian informasi dan masukan terkait niat beli ulang, Restoran X dapat tetap eksis dan memiliki daya saing yang semakin baik. Penelitian ini juga diharapkan memberikan pengayaan informasi terhadap para pembaca terkait ilmu perilaku konsumen yang membahas niat beli ulang. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu acuan dalam melakukan penelitian dengan topik serupa.

I.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti beberapa aturan tahapan. Tahapan dalam metodologi penelitian ini dapat dilihat pada *flowchart* beserta penjabarannya.

1. Studi Pendahuluan

Tahap studi pendahuluan meliputi penentuan objek penelitian diikuti dengan observasi langsung pada objek penelitian. Tahap ini juga mencakup

proses wawancara terhadap pihak manajemen dan para pelanggan. Pada tahap ini Restoran X ditetapkan sebagai objek penelitian.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pengidentifikasian masalah dilakukan setelah kegiatan studi pendahuluan mendapati gejala masalah tertentu. Identifikasi masalah berfungsi untuk mengetahui secara lebih dalam penyebab dari permasalahan dan dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara lebih mendetail terhadap pemilik Restoran X dan beberapa pelanggannya.

3. Studi Literatur

Tahapan melakukan studi literatur kemudian dilakukan setelah penelitan menemukan permasalahan yang ada pada Restoran X berupa minimnya tingkat beli ulang pelanggan. Penelitian ini melakukan studi literatur yang berkaitan dengan bidang ilmu perilaku konsumen secara umum dan niat beli ulang secara khusus. Pada studi literatur akan dikumpulkan beberapa jurnal untuk dijadikan referensi pembangunan model, referensi konstruk, dan indikator pengukuran yang sudah terbukti memberikan pengaruh terhadap niat beli ulang.

4. Mengembangkan Instrumen Penelitian

Berdasarkan referensi yang dijadikan acuan konstruk dan indikator yang digunakan sebagai instrumen pada referensi juga diadopsi untuk penelitian niat beli ulang pelanggan di Restoran X. Penelitian ini melibatkan sebanyak tujuh buah konstruk, yaitu niat beli ulang, kepuasan pelanggan, atmosfer, kualitas makanan, kualitas pelayanan, harga dan nilai, dan potongan harga. Setiap konstruk memiliki indikatornya masing-masing dan secara keseluruhan penelitian ini melibatkan sebanyak 26 indikator.

5. Pengumpulan Data

Instrumen penelitian yang telah berupa kuesioner yang terdiri dari 26 buah butir pertanyaan terkait variabel penelitian dan 9 buah butir pertanyaan terkait profil responden disebar pada para pelanggan Restoran X. Kuesioner disebar secara daring dan memiliki kriteria seleksi berupa harus diisi secara tuntas dan responden yang mengisi harus sudah pernah berkunjung ke Restoran X.

6. Membangun Model Penelitian

Penelitian ini membangun model yang terdiri dari beberapa buah konstruk yang diduga mempengaruhi niat beli pelanggan dari Restoran X.

Konstruk-konstruk tersebut kemudian akan divalidasi untuk dapat dibuktikan pengaruhnya terhadap niat beli ulang di Restoran X. Konstruk yang terbukti memiliki pengaruh selanjutnya akan disebut sebagai variabel yang mempengaruhi niat beli ulang Restoran X. Pada tahap ini telah dilakukan spesifikasi berupa penetapan konstruk, indikator setiap konstruk, dan hubungan antar konstruk. Model yang dibangun akan diuji secara empiris oleh prosedur SEM.

7. Pengujian Model Pengukuran (*Measurement Model*)

Pengujian model pengukuran dilakukan dengan menggunakan metode *confirmatory factor analysis*. Tahap ini menguji validasi dari model pengukuran berdasarkan *overall fit* melalui peninjauan metode *goodness-of-fit* dan berdasarkan *construct validity* melalui peninjauan *convergent validity* dan *discriminant validity*. Perubahan pada model yang dapat terjadi pada tahap ini adalah penghilangan indikator hingga penghilangan konstruk.

8. Pengujian Model Struktural (*Structural Model*)

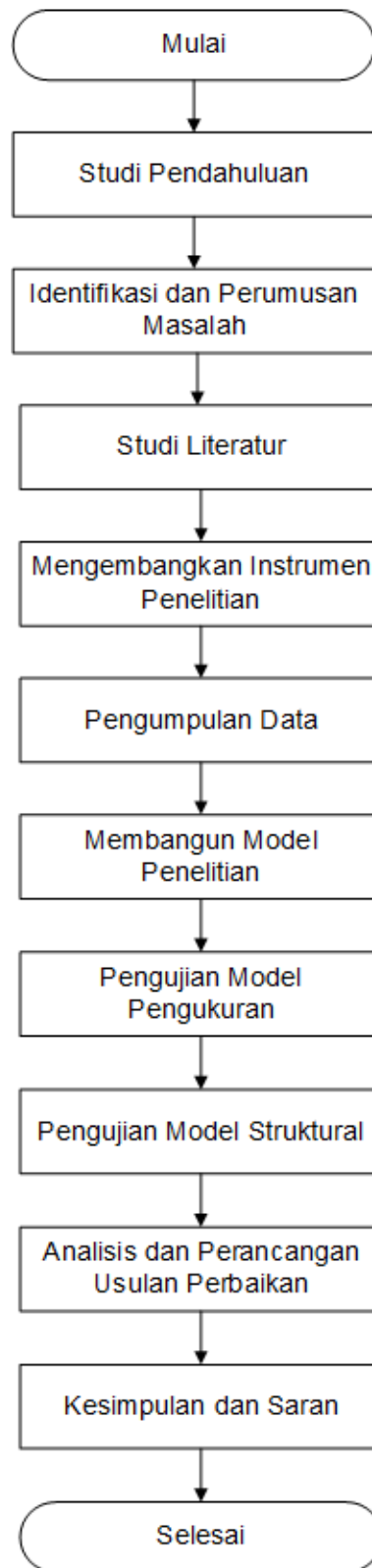
Secara umum, cara validasi *structural model* mirip dengan *measurement model* dimana pengujian dimulai dari *overall fit* dengan teknik yang sama. Perubahan pada model yang dapat terjadi pada tahap ini adalah penghilangan hubungan pengaruh antar konstruk. Jika tahap ini memberikan hasil model struktural bersifat valid, maka seluruh tahapan prosedur SEM telah selesai.

9. Analisis dan Perancangan Usulan Perbaikan

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, pada tahap ini akan dipaparkan analisis dari hasil pengolahan data. Usulan kemudian diberikan untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi Restoran X sesuai dengan nilai-nilai yang diperoleh pada tahapan pengolahan data.

10. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan kemudian ditarik untuk menjawab tujuan penelitian dan saran juga diberikan bagi pihak Restoran X dan bagi penelitian selanjutnya.



Gambar I.2 Metodologi Penelitian
(Sumber : Dikembangkan pada penelitian ini)

I.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dipaparkan dalam lima bab berbeda yang dimulai dari bab pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan perancangan usulan perbaikan, dan kesimpulan dan saran. Penjabaran dari masing-masing bab dapat dilihat pada beberapa poin di bawah.

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan memuat latar belakang permasalahan, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka memuat teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini yang didapatkan dari sumber-sumber literatur seperti buku dan jurnal. Teori-teori yang diperoleh akan digunakan untuk mengetahui cara mendapatkan data dengan pendekatan perilaku konsumen, cara mengolahnya, dan digunakan sebagai pedoman untuk melakukan analisis serta pemberian rekomendasi atau usulan.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini akan dipaparkan seluruh data yang didapatkan dari penelitian serta tahapan pengolahannya. Secara garis besar, data yang dipaparkan meliputi model penelitian yang terbentuk, format kuesioner, dan hasil kuesioner dari responden yang merupakan pelanggan Restoran X. Pengolahan data secara garis besar akan mencakup pengujian dari model pengukuran dan pengujian dari model struktural.

BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN USULAN PERBAIKAN

Analisis dan perancangan usulan perbaikan akan memuat analisis dari hasil pengolahan data pada Bab III.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan diberikan untuk menjawab tujuan penelitian, sedangkan saran diberikan pada pihak Restoran X dan untuk penelitian selanjutnya.