

**UPAYA PERBAIKAN DI RUMAH MAKAN X
BERDASARKAN MODEL NIAT BELI ULANG
KONSUMEN**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Anddersen
NPM : 2016610068



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2021**

UPAYA PERBAIKAN DI RUMAH MAKAN X BERDASARKAN MODEL NIAT BELI ULANG KONSUMEN

SKRIPSI

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

Acc. 15/3/21



Disusun oleh:

Nama : Anddersen

NPM : 2016610068



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2021**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Anddersen
NPM : 2016610068
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : UPAYA PERBAIKAN DI RUMAH MAKAN X
BERDASARKAN MODEL NIAT BELI ULANG
KONSUMEN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Mei 2021
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

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



Program Studi Sarjana Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Anddersen

NPM : 2016610068

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“UPAYA PERBAIKAN DI RUMAH MAKAN X BERDASARKAN MODEL NIAT BELI ULANG KONSUMEN”

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, 11 Maret 2021

Anddersen
2016610068

ABSTRAK

Rumah Makan X merupakan tempat makan yang menawarkan produk olahan berbahan dasar ayam. Berdasarkan data penjualan, diketahui bahwa pada tahun 2018-2019 Rumah Makan X mengalami penurunan dan belum dapat mencapai target yang telah ditentukan oleh pemilik. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik sudah melakukan beberapa upaya guna menaikkan pendapatan, namun upaya tersebut tidak terlalu berdampak signifikan dan cukup memakan biaya yang besar.

Identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat beli ulang pada Rumah Makan X dilakukan berdasarkan studi literatur dengan mempertimbangkan hasil wawancara dengan konsumen dan observasi. Variabel yang dilibatkan dalam model penelitian adalah kualitas layanan, kualitas makanan, harga, tempat, dan kepuasan konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner. Model penelitian diuji berdasarkan 145 data yang terkumpul, yang diuji menggunakan metode PLS-SEM. Evaluasi model pada PLS terbagi menjadi 2, yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural. Pada hasil evaluasi model pengukuran menunjukkan bahwa model yang digunakan sudah reliabel dan valid.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, ditemukan bahwa terdapat empat variabel yang berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang, yaitu kualitas layanan, kualitas makanan, harga, dan kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis total pengaruh ditemukan bahwa variabel kualitas layanan, kualitas makanan, dan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap niat beli ulang. Penentuan prioritas perbaikan dilakukan berdasarkan *Importance-Performance Map Analysis (IPMA)*. Berdasarkan matriks IPMA, faktor yang perlu diprioritaskan adalah harga dan kualitas makanan. Penelitian ini merekomendasikan 5 usulan perbaikan yang telah didiskusikan dan disetujui oleh pihak Rumah Makan X. Usulan perbaikan tersebut adalah, pemisahan wadah penyimpanan produk, pencarian pemasok bahan baku baru, mengedukasi penyaji makanan dalam melakukan *plating*. Menyajikan makanan secara personal, dan mengganti minyak secara rutin.

Kata Kunci : Niat Beli Ulang, Kepuasan, Rumah Makan

ABSTRACT

Rumah Makan X is a place to eat that offers processed products made from chicken. Based on sales data, it is known that in 2018-2019 Rumah Makan X has decreased and has not been able to reach the target set by the owner. Based on the interview results, the owner has made several maintenance efforts, but these efforts have no significant effect and are quite costly.

Identification of the factors that influence repurchase intention at Rumah Makan X is carried out based on a literature study by considering the results of interviews with consumers and observations. The variables involved in the research model are service quality, food quality, price, place, and customer satisfaction. Data collection was carried out by survey method using a questionnaire. The research model was tested based on 145 collected data, which were tested using the PLS-SEM method. Model evaluation in PLS is divided into 2, namely evaluation of measurement models and evaluation of structural models. The evaluation results of the measurement model indicate that the model used is reliable and valid.

Based on the results of the hypothesis, it was found that there are four variables that have a significant effect on repurchase intention, namely service quality, food quality, price, and customer satisfaction. Based on the total effect analysis, it was found that the variables of service quality, food quality, and price had an indirect effect on repurchase intention. Determination of priority improvements is carried out based on Importance-Performance Map Analysis (IPMA). Based on the IPMA matrix, the factors that need to be prioritized are price and quality of food. This study discusses 5 improvements that have been discussed and approved by Rumah Makan X. Proposed improvements are separation of product storage containers, suppliers of new raw materials, educating food presenters in coating. Serve meals personally, and change the oil regularly.

Keywords: Repurchase Intention, Satisfaction, Restaurant

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, karunia, dan penyertaan-Nya. Berkat itu, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Upaya Perbaikan di Rumah Makan X Berdasarkan Model Niat Beli Ulang Konsumen” dengan baik.

Dalam segala proses penyusunan penelitian skripsi, penulis menyadari bahwa tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa dukungan, bantuan, bimbingan, serta nasehat dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, arahan, saran dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Orang tua dan kedua adik penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta doa untuk menyelesaikan penelitian skripsi.
3. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen wali penulis yang telah memberikan saran dan dukungan kepada penulis.
4. Bapak Fransiscus Rian Praktikto, S.T., M.T., MIE. dan Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku dosen penguji siding skripsi yang telah memberikan masukan kepada penulis.
5. Pemilik Rumah Makan X yang telah bersedia mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
6. Babayaga: Andrew Swintio Halim, Enrico, Jeff Lemuel, dan Samuel Shan Surya Wijaya, S.T. yang sudah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. TBBS: Chrestella Inggriani, Christian Surya, Devina Aprianti, Jerremy Billian, Lus Intan, Ronaldo Christian, Ryan Rahmadi, Rysaldi Wijaya, Syerley Novany, William Sunjaya yang sudah menemani, memberikan semangat, dan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

8. Teman-teman kelas B Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan angkatan 2016 yang telah menjadi rekan dan sahabat yang baik selama masa perkuliahan.
9. Teman-teman Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan angkatan 2016 yang telah menjadi rekan dan sahabat yang baik selama masa perkuliahan.
10. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis berharap skripsi yang telah dilakukan ini berguna terutama untuk pemilik Rumah Makan X dalam meningkatkan pendapatannya dan dapat dijadikan referensi bagi pembaca. Meski belum sempurna dan masih terdapat beberapa kesalahan, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian selanjutnya. Akhir kata penulis mengucapkan mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata yang disengaja maupun tidak disengaja dalam penyusunan skripsi ini.

Bandung, 11 Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	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	I-2
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-10
I.4 Tujuan Penelitian	I-11
I.5 Manfaat Penelitian	I-11
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-12
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Perilaku Konsumen.....	II-1
II.2 Keputusan Pembelian.....	II-2
II.3 Niat Beli Ulang	II-2
II.4 Skala Pengukuran.....	II-3
II.5 Teknik <i>Sampling</i>	II-4
II.5.1 <i>Probability Sampling</i>	II-4
II.5.2 <i>Nonprobability Sampling</i>	II-5
II.6 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	II-5
II.6.1 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	II-6
II.7 <i>Importance-Performance Map Analysis (IPMA)</i>	II-8
II.8 Model Penelitian Chandra dan Siaputra (2020).....	II-10
II.9 Model Penelitian Mannan, Chowdhury, Sarker, & Amir (2019).....	II-11

II.10 Model Penelitian Tarinda dan Zaini (2018).....	II-11
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Model penelitian.....	III-1
III.2 Operasionalisasi Variabel.....	III-4
III.3 Pengumpulan Data	III-8
III.3.1 Perancangan Kuesioner Penelitian	III-9
III.3.2 Uji Pendahuluan Kuesioner	III-9
III.3.3 Penyebaran Kuesioner	III-10
III.3.4 Penentuan Teknik <i>Sampling</i> dan Jumlah Sampel	III-11
III.3.5 Seleksi Data Kuesioner.....	III-11
III.4 Pengolahan Data	III-11
III.4.1 Data Profil Responden.....	III-12
III.4.2 Pengujian Model Pengukuran dan Model Struktural	III-14
III.5 <i>Importance-Performance Map Analysis</i> (IPMA).....	III-23
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Profil Responden	IV-1
IV.2 Analisis Uji Hipotesis.....	IV-3
IV.3 Analisis Penentu Niat Beli Ulang	IV-5
IV.4 Analisis Prioritas Variabel.....	IV-5
IV.5 Usulan Perbaikan Rumah Makan X	IV-8
IV.5.1 Usulan Peningkatan Variabel Harga	IV-8
IV.5.2 Usulan Perbaikan Variabel Kualitas Makanan	IV-10
IV.6 Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-12
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	Daftar Pertanyaan Wawancara Konsumen di Rumah Makan X . I-6
Tabel I.2	Rekapitulasi Hasil Wawancara Konsumen di Rumah Makan X... I-6
Tabel I.3	Ulasan Rumah Makan X dari Situs Pencarian Google I-8
Tabel II.1	Kriteria Pengujian Evaluasi <i>Outer Model</i> II-7
Tabel III.1	Rekapitulasi Definisi dan Butir Pengukuran dari Jurnal III-4
Tabel III.2	Operasionalisasi Variabel III-6
Tabel III.3	Rekapitulasi Hasil Uji Pendahuluan Kuesioner..... III-10
Tabel III.4	Nilai <i>Outer Loading</i> III-15
Tabel III.5	Hasil <i>Outer Loading</i> yang sudah disisihkan..... III-16
Tabel III.6	Hasil Akhir <i>Outer Loading</i> Setelah Penyisihan Indikator..... III-18
Tabel III.7	<i>Composite Reliability</i> III-19
Tabel III.8	<i>Average Variance Extracted</i> III-19
Tabel III.9	<i>Cross Loading</i> III-20
Tabel III.10	Nilai VIF III-21
Tabel III.11	<i>Path Coefficients</i> III-21
Tabel III.12	<i>Total Effect</i> III-22
Tabel III.13	Nilai R ² III-23
Tabel IV.1	Rekapitulasi Usulan Perbaikan Variabel HargaIV-9
Tabel IV.2	Rekapitulasi Usulan Perbaikan Variabel Kualitas Makanan.....IV-11
Tabel IV.3	Rekapitulasi Evaluasi Usulan PerbaikanIV-12

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Grafik Pendapatan Per Tahun Rumah Makan X	I-3
Gambar I.2	Pendapatan Per Bulan dan Target Penjualan Tahun 2020	I-4
Gambar I.3	Responden yang Tidak Akan Melakukan Pembelian Ulang	I-7
Gambar I.4	Contoh Ulasan dari Situs Pencarian Google	I-8
Gambar I.5	Metodologi Penelitian.....	I-12
Gambar II.1	Model <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	II-6
Gambar II.2	Kuadran IPMA.....	II-9
Gambar II.3	Model Penelitian Chandra dan Siaputra (2020).....	II-10
Gambar II.4	Model Penelitian Mannan et al. (2019).....	II-11
Gambar II.5	Model Penelitian Tarinda dan Zaini (2018).....	II-12
Gambar III.1	Model Penelitian yang digunakan	III-3
Gambar III.2	Persentase Jenis Kelamin Responden.....	III-12
Gambar III.3	Persentase Rentang Usia Responden	III-12
Gambar III.4	Persentase Jenis Pekerjaan Responden.....	III-13
Gambar III.5	Persentase Domisili Responden	III-13
Gambar III.6	Persentase Rumah Makan atau Restoran Pilihan Responden	III-14
Gambar III.7	Model Awal Penelitian.....	III-15
Gambar III.8	Model Penelitian Setelah Penyisihan Indikator.....	III-18
Gambar III.9	Matriks IPMA	III-24

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER NIAT BELI ULANG DI RUMAH MAKANA-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada BAB I akan membahas mengenai pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Bab ini terbagi dari beberapa sub-bab yang dipaparkan, antara lain latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan utama penunjang kehidupan manusia. Remaja ini makanan dan minuman pun menjadi salah satu bagian dari gaya hidup manusia. Oleh karena itu, pola konsumsi masyarakat terhadap makanan dan minuman pun meningkat. Menurut Ketua Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) Jawa Barat, Iwan Gunawan, pertumbuhan dari produk kuliner di kota Bandung rata-rata melampaui 10 persen per tahunnya. Tingginya pertumbuhan ini ditunjang dengan kuatnya *brand* kota Bandung sebagai pusat wisata kuliner. Selain itu, Menteri Pariwisata Arief Yahya menetapkan Bali dan kota Bandung menjadi salah satu destinasi wisata kuliner unggulan di Indonesia (Kompas, 2019). Kota Bandung sebagai salah satu destinasi kuliner di Indonesia merupakan sebuah daya tarik untuk banyak pencinta dan penikmat kuliner menjadikan kota Bandung sebagai salah satu destinasi wisata kuliner favorit.

Saat ini bisnis kuliner di kota Bandung merupakan peluang usaha yang banyak diminati oleh para pelaku usaha. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha baru yang terus berdatangan karena dinilai bisnis kuliner di Kota Bandung masih sangat menjanjikan (Republika, 2018). Hal tersebut tentu menjadi sebuah daya tarik bagi banyak pelaku usaha untuk membuka bisnis kuliner di kota Bandung. Karena hal ini banyak bisnis baru yang bermunculan seperti restoran, rumah makan, *café*, tempat makan *all you can eat*, *coffee shop*, dan masih banyak jenis bisnis kuliner lainnya.

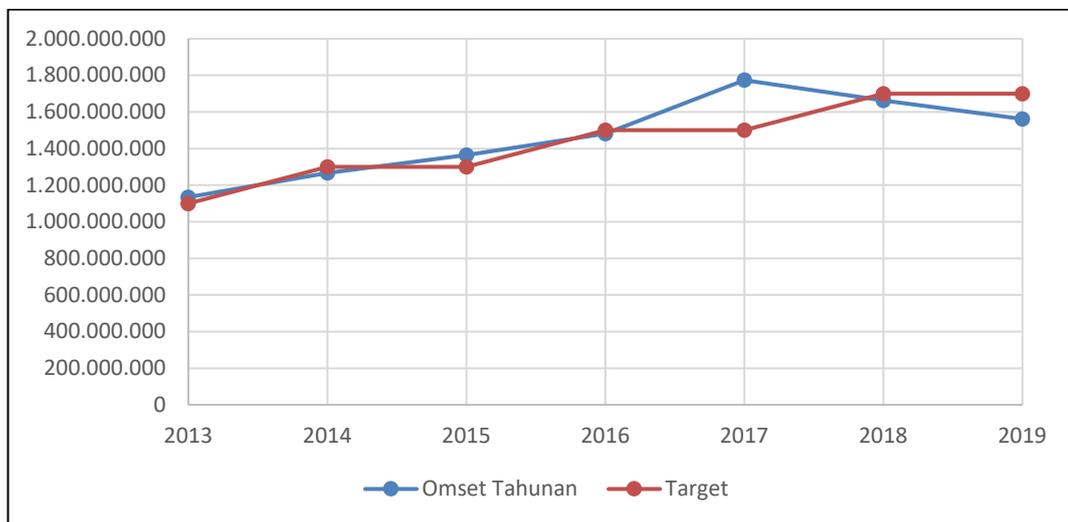
Semakin banyaknya bisnis kuliner yang bermunculan membuat persaingan bisnis kuliner di kota Bandung ini semakin ketat. Dalam kondisi persaingan yang ketat ini pelaku usaha tetap perlu bertahan maka dari itu para pelaku usaha perlu mempertahankan pengunjung atau konsumen mereka. Mempertahankan kualitas, melakukan pemasaran, dan memenuhi kepuasan konsumen merupakan cara yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha agar tetap dapat menjaga hubungan baik dengan konsumen. Hubungan yang baik dengan konsumen akan menjadi dasar konsumen tersebut akan melakukan niat beli ulang dan meningkatkan kesetiaan terhadap merek tersebut.

Menurut Macdonald dan Sharp (2000) memiliki tujuan agar menghasilkan dan memelihara kesadaran dari merek tersebut sehingga menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan keputusan dalam pembelian. Setelah konsumen melakukan keputusan dalam pembelian maka akan ada perilaku pasca pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2012), perilaku pasca pembelian atau pada saat konsumen sudah melakukan pembelian sebuah produk maka akan ada sebuah *feedback* yang akan diberikan oleh konsumen. *Feedback* yang diberikan dapat berupa konsumen yang puas dengan produk tersebut maupun tidak. Konsumen yang merasa puas akan cenderung melakukan pembelian ulang dan akan mengatakan hal-hal baik mengenai produk tersebut, begitu pula sebaliknya. Selain itu, menurut Zeithaml, Bitner, Gremler (2017) loyalitas konsumen dapat dilihat dari cara konsumen merasa atau bertindak. Cara konsumen bertindak dapat dilihat secara sederhana seperti konsumen yang akan setia dan membeli produk tersebut secara terus menerus. Selain itu menurut Chandra dan Siaputra (2020) Niat beli ulang merupakan kecenderungan masa depan konsumen untuk menetap bersama pemberi layanan yang bersangkutan.

I.2 Identifikasi Masalah

Rumah Makan X merupakan satu pelaku usaha di bidang kuliner. Rumah Makan X merupakan sebuah rumah makan yang sudah berdiri sejak tahun 1997. Rumah Makan X beroperasi dari jam 14.00 sampai 22.00 WIB. Rumah Makan X ini menawarkan produk olahan dari daging ayam. Rumah Makan X memiliki hidangan utama berupa ayam goreng, selain itu Rumah Makan X ini pun menjual menu lain yaitu ceker ayam, usus, ati, ampela, kepala, sayur asem, dan berbagai jenis minuman berupa jus dengan harga yang berkisar Rp 1000,00 sampai dengan Rp 15.000,00.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik Rumah Makan X, pemilik berkata bahwa Rumah Makan X merupakan salah satu destinasi wisata kuliner yang cukup diminati oleh orang di luar kota Bandung. Karena menurut pemilik pada saat *weekend* pengunjung yang datang 60 persen berasal dari luar kota, sedangkan pada saat *weekday* kebanyakan pengunjung berasal dari dalam kota. Target pasar dari Rumah Makan X adalah semua kalangan dari berbagai usia. Selain itu, pemilik berkata bahwa dalam dua tahun terakhir target penjualan tidak mencapai target yang telah ditentukan. Berikut di bawah ini merupakan data penjualan dari Rumah Makan X per tahun yang dapat di lihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Grafik Pendapatan Per Tahun Rumah Makan X

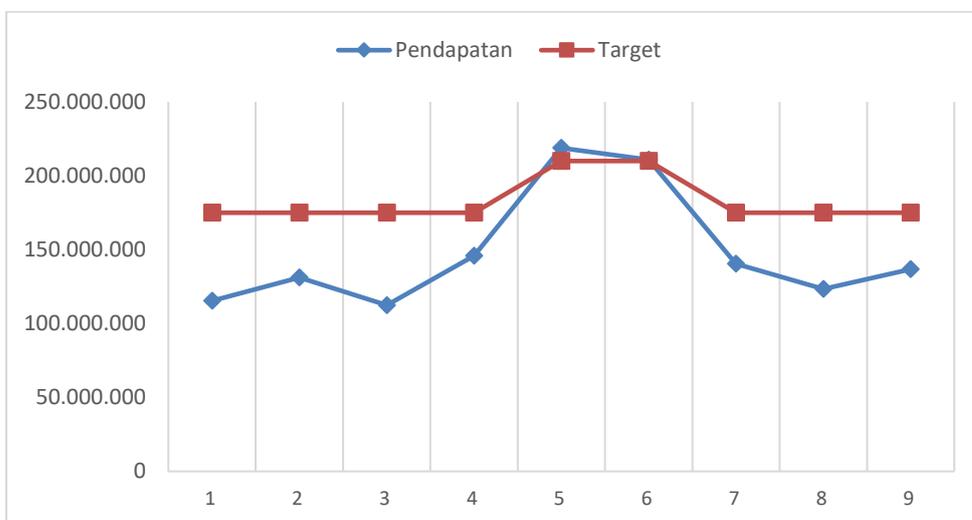
Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa data penjualan di mulai dari tahun 2013 sampai 2019. Kemudian dari grafik tersebut dapat dilihat pada tahun 2013 target penjualan masih memenuhi target, menurut pemilik setiap kali target penjualan tercapai dalam satu tahun, maka pemilik akan menaikkan target penjualan sebesar 200 juta rupiah pada tahun berikutnya. Namun ketika pada satu tahun berikutnya target penjualan tidak mencapai target penjualan akan tetap sama (stagnan) dan tidak meningkat. Sebagai contoh, penjualan pada tahun 2013 mencapai target maka pada tahun 2014 target penjualan meningkat sebesar 200 juta rupiah. Namun, pada tahun 2014 ternyata target penjualan tidak tercapai, maka target penjualan pada tahun 2015 akan tetap sama dengan target penjualan pada tahun 2014 yaitu sebesar 1,3 miliar rupiah.

Kemudian dari grafik pada Gambar I.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2014, 2016, 2018, dan 2019 target tersebut tidak tercapai, terutama pada tahun 2018 dan 2019 yang penjualannya jauh di bawah dari penjualan pada tahun 2017. Maka dapat disimpulkan bahwa penurunan penjualan sudah terjadi sejak tahun 2018 dan semakin turun pada tahun 2019.

Penentuan target penjualan oleh pemilik dilakukan dengan memperhitungkan kapasitas produksi dan kuantitas produk yang dapat dibawa oleh Rumah Makan X. Selain memperhitungkan kapasitas produksinya pemilik pun selalu menetapkan target penjualan berdasarkan pengalaman yang sudah terjadi pada tahun sebelumnya. Hal tersebut dijadikan sebuah landasan untuk menetapkan target per tahunnya pada tahun berikutnya oleh pemilik Rumah Makan X.

Kemudian pemilik sudah melakukan upaya perbaikan pada Rumah Makan X, yaitu dengan adanya renovasi tempat yang sudah dilakukan oleh pemilik sehingga dapat menampung lebih banyak konsumen yang ingin melakukan makan di tempat. Selain itu pemilik pun sudah menambah jumlah pelayan dan bekerja sama dengan platform transportasi daring seperti Grab-Food dan GoFood. Oleh karena itu pemilik berharap dengan adanya upaya perbaikan yang dilakukan maka meningkatkan pendapatan dan mencapai target penjualan yang diinginkan.

Setelah pemilik melakukan beberapa upaya perbaikan. Namun pendapatan pada tahun 2020 tetap tidak mencapai target yang diinginkan oleh pemilik. Gambar I.2 merupakan pendapatan per bulan pada tahun 2020 dan target penjualan dari Rumah Makan X.



Gambar I.2 Pendapatan Per Bulan dan Target Penjualan Tahun 2020

Berdasarkan Gambar I.2 penjualan per bulan pada tahun 2020 tetap tidak mencapai target yang ditentukan walaupun pemilik sudah melakukan upaya perbaikan. Oleh karena itu, pemilik ingin mengetahui hal-hal yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan selama ini, sehingga dapat dilakukan perbaikan pada hal-hal tersebut dan diharapkan target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai pada tahun berikutnya.

Setelah itu, identifikasi masalah dilakukan dengan beberapa cara seperti melakukan wawancara dengan pemilik dari Rumah Makan X, wawancara dengan konsumen, studi pendahuluan pada Rumah Makan X, dan observasi di tempat penelitian. Pada saat melakukan wawancara dengan pemilik Rumah Makan X, pemilik berkata bahwa tidak tercapainya target penjualan dikarenakan adanya beberapa konsumen baru maupun lama yang tidak melakukan pembelian kembali pada Rumah Makan X. Hal ini menyebabkan terjadinya penurunan penjualan terhadap Rumah Makan X dan tidak tercapainya target penjualan yang sudah ditetapkan oleh pemilik. Kemudian pemilik menduga bahwa konsumen yang tidak ingin melakukan pembelian kembali pada Rumah Makan X disebabkan oleh beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen.

Menurut pemilik keluhan yang disampaikan tersebut berupa pelayanan cukup lama. Menurut pemilik hal tersebut dikarenakan proses penyajian hidangan memerlukan proses yang cukup panjang. Akibatnya terdapat beberapa konsumen yang memilih untuk berpindah tempat dari rumah makan tersebut. Kemudian keluhan lainnya mengenai minyak yang terlihat berwarna hitam. Hal tersebut dikarenakan pada proses penggorengan menggunakan api yang cukup besar dan terdapat bumbu dari hidangan tersebut yang ter Goreng secara terus menerus sehingga mengakibatkan minyak mudah sekali menghitam. Oleh sebab itu ada beberapa konsumen yang mengurungkan niatnya untuk membeli atau mengunjungi rumah makan tersebut.

Kemudian ada beberapa konsumen yang mengeluh mengenai pelayan yang kurang ramah saat melayani konsumen yang datang. Hal tersebut dikarenakan ada pegawai yang kurang terlatih atau tereduksi. Oleh karena itu, pemilik merasa konsumen menjadi kurang nyaman saat berkunjung ke Rumah Makan X dan memilih tidak untuk mengunjungi rumah makan tersebut kembali. Selain itu pemilik berkata bahwa ada beberapa dari konsumen lamanya yang sudah mulai tidak mengunjungi Rumah Makan X.

Selain melakukan wawancara dengan pemilik, wawancara dilakukan dengan konsumen. Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk melakukan konfirmasi dari dugaan yang disampaikan oleh pemilik dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh konsumen pada Rumah Makan X. Wawancara dilakukan kepada 20 orang konsumen yang sedang berkunjung ke Rumah Makan X. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen di Rumah Makan X, responden menyatakan bahwa mengetahui informasi mengenai Rumah Makan X dari rekomendasi teman atau kerabat yang pernah mengunjungi Rumah Makan X. Beberapa responden juga berkata bahwa mengetahui informasi dari beberapa ulasan dari situs pencarian seperti Google dan aplikasi transportasi daring seperti Go-Food dan GrabFood. Selain itu beberapa responden berkata bahwa kebetulan melintas dan tertarik mencoba mengunjungi Rumah Makan X. Kemudian dari hasil wawancara dengan konsumen ditemukan ada beberapa pernyataan yang disampaikan. Berikut dapat dilihat pada Tabel I.1 yang merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden di Rumah Makan X.

Tabel I.1 Daftar Pertanyaan Wawancara Konsumen di Rumah Makan X

Nomor	Pertanyaan
1	Dari mana Anda mengetahui tentang Rumah Makan X ini ?
2	Apakah Anda ingin melakukan <i>repeat order</i> di rumah makan ini ?
3	Apa pertimbangan Anda jika memilih akan melakukan <i>repeat order</i> di rumah makan ini ?
4	Apa pertimbangan Anda jika memilih akan tidak akan melakukan <i>repeat order</i> di rumah makan ini ?

Berdasarkan daftar pertanyaan yang ditanyakan kepada responden di Rumah Makan X. Kemudian dilakukan rekapitulasi hasil wawancara mengenai pertimbangan mereka saat memilih tidak akan melakukan *repeat order* pada Rumah Makan X. Hasil Rekapitulasi wawancara dengan konsumen pada Rumah Makan X yang memilih untuk tidak akan melakukan *repeat order* dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Rekapitulasi Hasil Wawancara Konsumen di Rumah Makan X

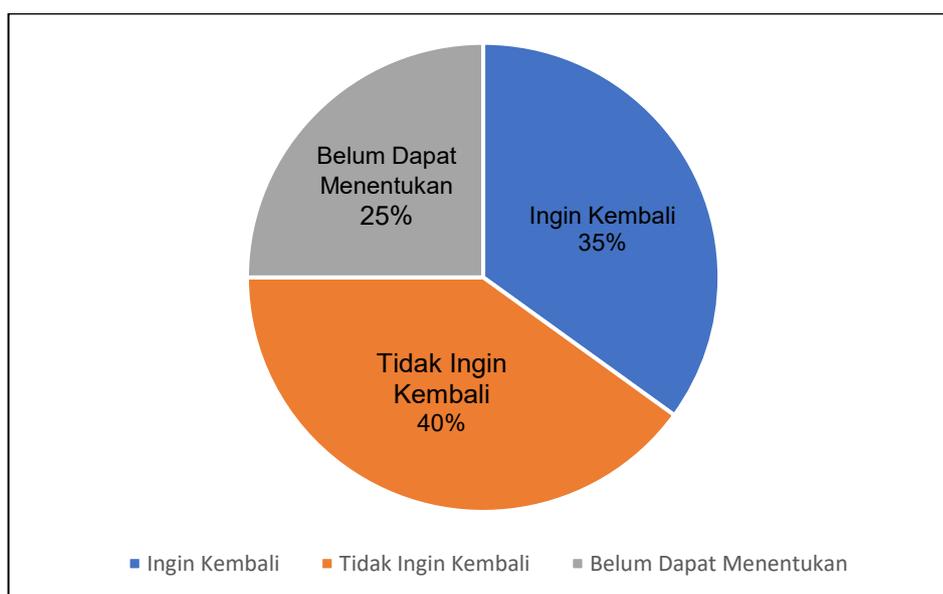
Nomor	Pernyataan Konsumen	Jumlah
1	Pelayanan yang lama	17
2	Minyak yang berwarna hitam	15
3	Pelayanan yang kurang ramah	13
4	Kapasitas tempat makan yang kurang	8
5	Tempat yang panas	6

(lanjut)

Tabel 1.2 Rekapitulasi hasil wawancara dengan konsumen pada Rumah Makan X (lanjutan)

Nomor	Pernyataan Konsumen	Jumlah
6	Porsi kurang banyak (sambal, lalap, serundeng)	6
7	Menu kurang bervariasi	4
8	Lokasi jauh	3
9	Tempat sedikit kotor	3
10	Kurang promosi (<i>bundle</i>)	2

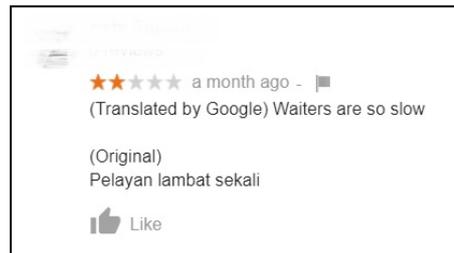
Berdasarkan tabel tersebut, didapatkan 10 pernyataan yang disampaikan oleh konsumen mengenai Rumah Makan X. Sebagai contoh pernyataan konsumen mengenai pelayanan yang lama disampaikan oleh 17 responden dari 20 responden yang diwawancarai. Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa ada 3 faktor yang memiliki jumlah lebih dari 10. Pertama pada faktor lamanya pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan X, sebanyak 17 dari 20 responden (85%) menyatakan hal tersebut. Kemudian 15 dari 20 (75%) responden pun berkata bahwa minyak penggorengan yang berwarna hitam. Selanjutnya, sebanyak 13 dari 20 responden (65%) menyatakan bahwa pelayan yang melayani di Rumah Makan X kurang ramah. Selain ketiga faktor tersebut terdapat tujuh faktor lain seperti kapasitas tempat makan yang kurang, porsi makanan yang kurang banyak, menu yang kurang bervariasi, lokasi yang jauh, tempat sedikit kotor, dan kurangnya promosi yang ditawarkan oleh Rumah Makan X. Kemudian di bawah ini merupakan grafik *pie chart* dari responden yang tidak ingin melakukan pembelian ulang pada Rumah Makan X yang dapat dilihat pada Gambar 1.3.



Gambar 1.3 Responden yang Tidak Akan Melakukan Pembelian Ulang

Berdasarkan Gambar I.3 dapat dilihat hanya sebanyak 35% responden menyatakan bahwa ingin kembali ke rumah makan X. Selain itu sebanyak 25% responden menyatakan belum dapat menentukan pilihannya akan kembali ke Rumah Makan X atau tidak. Kemudian sebanyak 40% responden menyatakan tidak ingin kembali ke Rumah Makan X. Hal tersebut dikarenakan Rumah Makan X belum dapat memenuhi keinginan mereka saat berkunjung ke sebuah rumah makan seperti pelayanan yang kurang ramah, pelayanan yang cukup lama, dan kualitas dari produk yang diberikan. Beberapa faktor tersebut menjadi suatu pertimbangan konsumen ketika ingin melakukan pembelian ulang di Rumah Makan X.

Setelah melakukan wawancara kepada pemilik dan konsumen Rumah Makan X. Kemudian dilakukan juga observasi berdasarkan kumpulan ulasan dari situs pencarian Google. Berdasarkan observasi yang dilakukan dari ulasan Rumah Makan X, didapatkan beberapa ulasan dari konsumen mengenai pelayanan dari Rumah Makan X. Berikut di bawah ini merupakan contoh dari ulasan yang didapatkan dari situs pencarian Google yang dapat dilihat pada Gambar I.4.



Gambar I.4 Contoh Ulasan Dari Situs Pencarian Google

Kemudian akan dipaparkan mengenai beberapa ulasan dari Rumah Makan X yang didapatkan dari situs pencarian Google. Ulasan tersebut merupakan keluhan dari beberapa konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Rumah Makan X. Kemudian beberapa ulasan tersebut dirangkum ke dalam bentuk tabel yang dapat lihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3 Ulasan Rumah Makan X dari Situs Pencarian Google

Nomor	Ulasan
1	Antrean yang cukup lama
2	Minyak goreng yang terlihat hitam dan perlu di ganti
3	Pelayanan yang kurang baik
4	Porsi yang kecil
5	Pelayanan yang lambat
6	Sistem antrean yang kurang baik sehingga suka tertukar urutan antreannya

Berdasarkan tabel tersebut, didapatkan beberapa jenis ulasan yang disampaikan oleh konsumen seperti waktu antrean yang lama, minyak goreng yang sudah berwarna hitam dan perlu diganti, pelayanan yang kurang baik, porsi yang kecil, pelayanan yang lambat, dan sistem antrean yang kurang baik. Jika dilihat dari hasil yang telah didapatkan dari wawancara dengan konsumen dan observasi berdasarkan ulasan dari situs pencarian Google, maka dapat dikatakan bahwa konsumen pada Rumah Makan X masih belum mendapatkan kepuasan yang diinginkan. Oleh karena itu, Rumah Makan X masih perlu melakukan perbaikan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan niat beli ulang pada Rumah Makan X.

Selain wawancara, dilakukan pula studi literatur pendahuluan di dalam penelitian guna mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh pada niat beli ulang. Studi literatur didapatkan dari beberapa jurnal, di antaranya yaitu jurnal atau penelitian yang dilakukan oleh Chandra dan Siaputra (2020), Mannan, Chowdhury, Sarker, & Amir (2019), dan Tarinda dan Zaini (2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Chandra dan Siaputra (2020) meneliti tentang pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan, dan citra merek terhadap niat beli ulang yang dilakukan pada Restoran XYZ. Faktor yang diteliti merupakan kualitas makanan, kualitas layanan, dan citra merek terhadap niat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai mediasi. Hasil yang didapatkan yaitu kualitas makanan, kualitas layanan, dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu kepuasan konsumen pun berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh Mannan et al. (2019), adalah memodelkan kepuasan pelanggan dan niat beli ulang restoran makan di Bangladesh. Faktor yang diteliti adalah kualitas layanan, kualitas makanan, atmosfer, *other customers*, harga, kepuasan konsumen, reputasi restoran, *variety seeking tendency*, dan *trust* terhadap *revisit intention*. Hasil yang didapatkan yaitu kualitas layanan, kualitas makanan, atmosfer, *other customers* dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian kepuasan konsumen dan reputasi restoran memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *trust*. Selanjutnya kepuasan konsumen dan reputasi restoran memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *revisit intention*. Terakhir *variety seeking tendency* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *revisit intention*.

Penelitian yang dilakukan oleh Tarinda dan Zaini (2018), mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Scissors Barbershop* Malang. Faktor yang diteliti adalah kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan, yaitu lokasi dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Scissors Barbershop* Malang.

Sejauh ini, pemilik sudah melakukan beberapa upaya berdasarkan keluhan yang ada sehingga konsumen dapat lebih nyaman dan merasa lebih puas saat berkunjung dan diharapkan konsumen melakukan pembelian ulang pada Rumah Makan X. Upaya tersebut yaitu dengan menambah jumlah pelayan yang melayani konsumen dan melakukan perbaikan tempat sehingga dapat menambah kapasitas konsumen yang ingin makan di tempat. Selain itu pemilik pun sudah bekerja sama dengan GrabFood dan GoFood yang diharapkan oleh pemilik dapat meningkatkan pendapatan dan menambah luas promosi akan produk yang diberikan oleh Rumah Makan X. Namun upaya tersebut dirasa belum signifikan dalam mengatasi seluruh permasalahan dari konsumen di Rumah Makan X.

Pemilik ingin mencari tahu faktor-faktor yang dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen sehingga diharapkan pemilik dapat meningkatkan penjualannya memenuhi target penjualannya di tahun depan. Oleh karena itu penelitian dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen di Rumah Makan X dan diharapkan dengan adanya penelitian ini konsumen memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang di Rumah Makan X.

Berdasarkan identifikasi yang telah dipaparkan maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa saja faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat beli ulang pada rumah makan X?
2. Apa saja usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk Rumah Makan X?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada sub bab ini akan dibahas mengenai pembatasan masalah dan asumsi penelitian. Pembatasan masalah dalam penelitian ini bertujuan agar penelitian berfokus pada masalah yang sudah teridentifikasi. Berikut di bawah ini merupakan pembatasan masalah.

1. Penelitian dilakukan terhadap responden yang pernah melakukan pembelian kembali produk di rumah makan atau restoran.
2. Penelitian yang dilakukan hanya sampai tahap pemberian usulan perbaikan dan tidak sampai dengan tahap implementasi.

Adapun asumsi penelitian diberikan dengan tujuan agar penelitian ini tidak menyimpang dari masalah yang akan diteliti. Berikut di bawah ini merupakan asumsi penelitian.

1. Pada saat penelitian tidak ada perubahan sistem kerja seperti pelayanan, harga, dan kualitas produk pada Rumah Makan X.

I.4 Tujuan Penelitian

Pada sub bab ini akan dibahas mengenai tujuan penelitian. Tujuan penelitian dibuat berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah. Berikut di bawah ini akan dipaparkan dari tujuan penelitian.

1. Mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi niat beli ulang konsumen pada Rumah Makan X.
2. Memberikan usulan perbaikan yang dapat meningkatkan niat beli ulang pada konsumen di Rumah Makan X.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada Rumah Makan X memiliki manfaat yang menguntungkan bagi perusahaan, peneliti, dan pembaca. Adapun manfaat dari penelitian di Rumah Makan X sebagai berikut.

1. Rumah Makan X mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen.
2. Rumah Makan X mengetahui usulan perbaikan yang dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen.

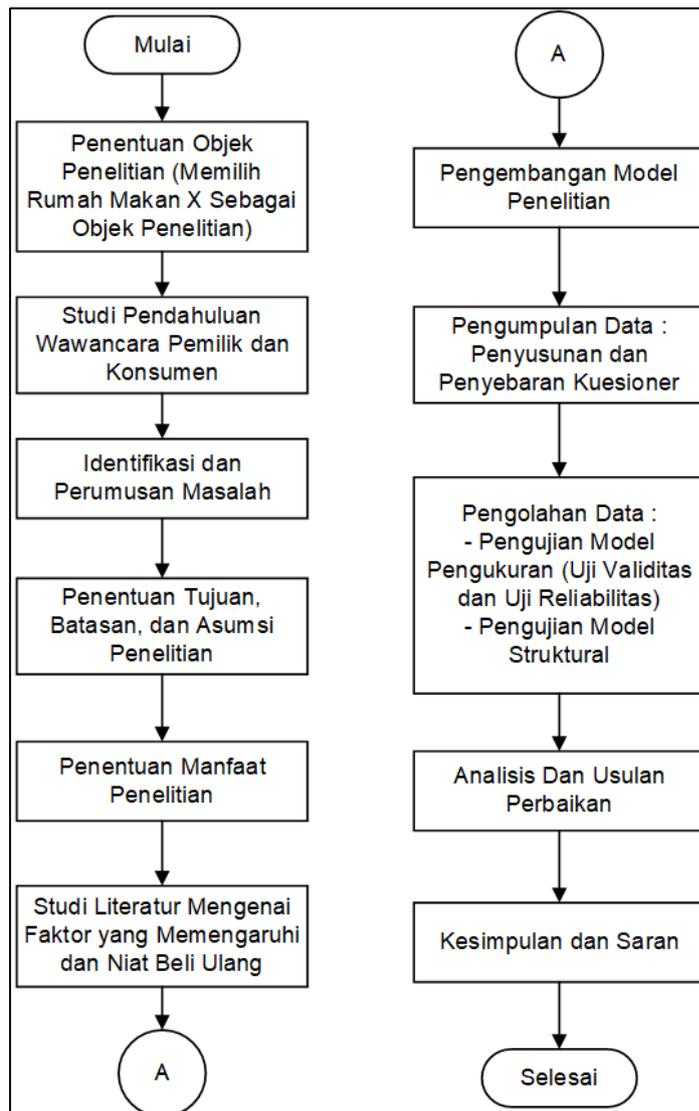
Kemudian akan diberikan manfaat penelitian bagi peneliti dan pembaca adalah sebagai berikut.

1. Peneliti dapat mengaplikasikan ilmu Teknik Industri yang telah didapatkan selama perkuliahan kepada setiap masalah yang akan ditemukan di tempat penelitian.
2. Peneliti mendapatkan wawasan dan ilmu terkait permasalahan yang terdapat di tempat penelitian.

3. Pembaca dapat menambah wawasan dan pengetahuan akan masalah yang dihadapi oleh Rumah Makan X dan usulan perbaikan yang diberikan.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian merupakan langkah-langkah yang dilakukan dari awal dimulainya penelitian hingga penelitian berakhir dan mendapatkan hasil yang dapat menyelesaikan permasalahan yang ada di Rumah Makan X. Adapun langkah-langkah penelitian yang dilakukan secara terstruktur. Berikut di bawah ini merupakan penjelasan mengenai metodologi penelitian yang dapat dilihat pada Gambar I.5.



Gambar I.5 Metodologi Penelitian

1. **Penentuan Objek Penelitian**

Penentuan objek penelitian merupakan tahap peneliti melakukan pengamatan tempat penelitian yaitu Rumah Makan X. Setelah melakukan pengamatan, peneliti akan melakukan observasi mengenai masalah yang terdapat pada Rumah Makan X. Kemudian peneliti dapat menentukan topik penelitian berdasarkan masalah yang terdapat pada tempat penelitian.
2. **Studi Pendahuluan**

Studi pendahuluan merupakan tahapan peneliti melakukan proses wawancara dengan pemilik, konsumen, dan mencari beberapa ulasan dari berbagai aplikasi maupun situs daring untuk mengetahui informasi mengenai permasalahan yang terdapat pada tempat penelitian.
3. **Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi dan perumusan masalah dari hasil wawancara dan ulasan yang didapatkan pada Rumah Makan X.
4. **Tujuan Penelitian, Batasan, dan Asumsi Penelitian**

Pada tahap ini, tujuan penelitian di dapatkan dari identifikasi dan perumusan masalah. Batasan dan asumsi penelitian dibuat agar penelitian lebih terfokus.
5. **Penentuan Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dibuat untuk perusahaan, peneliti, dan pembaca agar mendapatkan informasi dan wawasan terhadap masalah dan usulan perbaikan untuk Rumah Makan X.
6. **Studi Literatur**

Studi literatur merupakan tahapan untuk mencari informasi dan pemahaman mengenai teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang ada pada tempat penelitian. Informasi dan pemahaman tersebut dicari melalui literatur-literatur ataupun berbagai sumber informasi lainnya.
7. **Pengembangan Model penelitian**

Pada pengembangan model penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menetapkan variabel penelitian yang berkaitan dengan niat beli ulang konsumen. Kemudian, akan ditentukan model penelitian yang cocok

dengan hasil yang menunjukkan hubungan antar variabel yang ada di Rumah Makan X.

8. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan perancangan kuesioner berdasarkan variabel dan indikator yang telah didapatkan dari model penelitian. Kemudian kuesioner yang telah selesai dirancang akan disebarakan secara daring dan luring kepada responden yang sudah pernah melakukan pembelian ulang sebuah produk di rumah makan atau restoran.

9. Pengolahan Data

Pengolahan data terdiri dari pengujian model pengukuran dan model struktural. Pengujian model pengukuran memiliki tujuan untuk memastikan bahwa model pengukuran yang dilakukan valid dan reliabel. Selanjutnya uji validitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur apakah variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang ingin diteliti. Kemudian uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya dan sejauh mana pengukuran suatu uji tetap konsisten sesudah dilakukan berulang kali terhadap subjek dalam suatu kondisi yang sama. Terakhir, pengujian model struktural bertujuan untuk memastikan model yang dibuat memiliki hasil yang akurat.

10. Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan. Setelah itu diberikan usulan perbaikan pada Rumah Makan X.

11. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan akhir setelah melakukan penelitian pada Rumah Makan X. Kemudian diberikan juga saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Rumah Makan X.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai sistematika penulisan. Sistematika penulisan berfungsi sebagai panduan mengenai tahapan-tahapan pada proses penulisan dan mempermudah pemahaman terkait isi dari penelitian

ini. Sistematika penulisan terbagi menjadi lima bagian yang akan dijelaskan lebih lanjut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I dipaparkan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB II akan dipaparkan mengenai teori-teori yang mendukung dalam melakukan penelitian ini. Teori-teori tersebut diperoleh berdasarkan studi literatur yang mendukung penelitian dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Teori-teori yang mendukung penelitian ini antara lain, perilaku konsumen, keputusan pembelian, niat beli ulang, skala pengukuran, teknik *sampling*, *Partial Least Square (PLS)*, *Importance-Performance Map Analysis (IPMA)*, dan model penelitian dari studi literatur.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada BAB III akan dipaparkan mengenai pengumpulan dan pengolahan data dari penelitian yang telah dilakukan. Pada bab ini akan tersusun atas penentuan hipotesis dan perancangan model niat beli ulang, identifikasi atribut penelitian, perancangan dan penyebaran kuesioner, penentuan teknik sampling dan jumlah sampel, pengolahan data, dan hasil dari *Importance-Performance Map Analysis (IPMA)*

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada BAB IV akan dipaparkan mengenai analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan dan usulan perbaikan yang akan diberikan pada penelitian ini. Pada bab ini akan tersusun atas analisis profil responden, analisis uji validitas dan reliabilitas, analisis uji hipotesis, analisis penentu niat beli ulang, analisis prioritas variabel, usulan perbaikan Rumah Makan X, dan evaluasi usulan perbaikan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V akan dipaparkan mengenai penarikan kesimpulan yang akan menjawab rumusan masalah dari penelitian yang dilakukan. Selain itu dilakukan pemberian saran bagi pihak Rumah Makan X dan bagi pembaca.

