

USULAN PENINGKATAN NIAT BELI ULANG DI SUIS BUTCHER SETIABUDI, BANDUNG

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Riko Ragadanasakti

NPM : 2016610085



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

USULAN PENINGKATAN NIAT BELI ULANG DI SUIS BUTCHER SETIABUDI, BANDUNG

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Riko Ragadanasakti

NPM : 2016610085



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Riko Ragadanasakti
NPM : 2016610085
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PENINGKATAN NIAT BELI ULANG PADA
SUIS BUTCHER SETIABUDI, BANDUNG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2020
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

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

Pembimbing Tunggal

(Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D.)



PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Riko Ragadanasakti

NPM : 2016610085

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**USULAN PENINGKATAN NIAT BELI ULANG PADA SUIS BUTCHER
SETIABUDI, BANDUNG**

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, 22 Juli 2020

Riko Ragadanasakti

NPM : 2016610085

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman kini kian pesat berkembang. Hal tersebut didorong oleh berkembangnya pelaku usaha pada industri ini. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha hendaknya terus melakukan evaluasi dan merancang strategi untuk dapat bertahan dalam persaingan usaha. Suis Butcher Setiabudi sebagai salah satu restoran *steak* tertua di Bandung juga terus melakukan evaluasi dan merancang strategi untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Berdiri sejak tahun 1984, Suis Butcher sempat menjadi salah satu tempat makan *steak* primadona orang Bandung. Namun, sejak tahun 2012 hingga 2019, jumlah pengunjung pada Suis Butcher terus menurun. Hal ini diduga disebabkan oleh menurunnya niat beli ulang konsumen Suis Butcher Setiabudi. Tentunya jumlah pengunjung berbanding lurus dengan jumlah pendapatan Suis Butcher Setiabudi. Oleh karena itu, Suis Butcher Setiabudi perlu melakukan perbaikan untuk dapat mengatasi fenomena penurunan jumlah pengunjung.

Langkah awal yang dilakukan dalam penelitian yaitu dengan menentukan variabel dan atribut yang diduga berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen terhadap makanan di suatu restoran berdasarkan penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya. Selanjutnya yaitu dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner online serta wawancara terhadap responden penelitian yaitu konsumen Suis Butcher Setiabudi. Total responden yang didapatkan dan diolah datanya yaitu sebanyak 100 orang. Pengolahan data yang dilakukan menggunakan metode PLS-SEM untuk model pengukuran dan model struktural dengan menggunakan aplikasi SmartPLS.

Metode PLS-SEM menguji validitas dan reliabilitas dari model yang digunakan. Terdapat beberapa iterasi dengan menghilangkan beberapa indikator dan variabel agar model dapat dinyatakan valid dan reliabel. Selain itu, dilakukan pula uji signifikansi agar dapat diketahui variabel mana yang berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang di Suis Butcher Setiabudi. Berdasarkan pengujian, diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang yaitu kualitas makanan. Selain itu, secara berurutan variabel yang juga berpengaruh terhadap niat beli ulang yaitu suasana dan atmosfir, serta kualitas pelayanan.

Pada penelitian ini diusulkan total sembilan usulan kepada Suis Butcher Setiabudi untuk dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang berdasarkan model niat beli ulang. Terdapat lima buah usulan untuk memperbaiki kualitas makanan di Suis Butcher Setiabudi, serta empat buah usulan untuk dimensi suasana dan atmosfir. Usulan yang diberikan untuk dimensi kualitas makanan yaitu perubahan desain menu, menambahkan menu interaktif, melakukan *training* karyawan, melakukan inovasi *food plating*, serta mempromosikan menu kolaborasi. Usulan yang diberikan untuk dimensi suasana dan atmosfir yaitu renovasi minor, penambahan lampu, penambahan atribut pelayan, serta penambahan fasilitas toilet.

ABSTRACT

The food and beverage industry is now growing rapidly. This was driven by the development of businesses in this industry. Therefore, each business should continue to evaluate and design strategies to be able to survive in business competition. Suis Butcher Setiabudi as one of the oldest steak restaurants in Bandung also continues to evaluate and design strategies to be able to survive in business competition. Founded in 1984, Suis Butcher was once one of the most popular steakhouses in Bandung. However, from 2012 to 2019, the number of visitors to Suis Butcher continued to decline. This is thought to be caused by a decrease in consumer purchase intention of Suis Butcher Setiabudi. The number of visitors is directly proportional to the amount of revenue of Suis Butcher Setiabudi. Therefore, Suis Butcher Setiabudi needs to make improvements to be able to overcome the phenomenon of the decline in the number of visitors.

The initial step carried out in the study is to determine the variables and attributes that are thought to influence consumer repurchase intentions for food in a restaurant based on similar studies that have been done previously. Data were collected using an online questionnaire and interviews with research respondents which were Suis Butcher Setiabudi consumers. Total respondents obtained and processed data that is as many as 100 people. Data processing is performed using the PLS-SEM method for measurement models and structural models using the SmartPLS application.

The PLS-SEM method tests the validity and reliability of the model used. There are several iterations by omitting several indicators and variables so that the model can be declared valid and reliable. In addition, a significance test was also conducted to determine which variables had a significant effect on repurchase intentions at Suis Butcher Setiabudi. Based on testing, it is known that the variable that has the most significant effect on repurchase intention is food quality. In addition, sequentially the variables that also affect the intention to repurchase the atmosphere, and service quality.

In this study a total of 9 solutions were proposed to Suis Butcher Setiabudi to increase the number of visitors who came based on the repurchase intention model. There are five proposals to improve the quality of food at Suis Butcher Setiabudi, as well as four proposals for atmosphere and atmosphere dimensions. The suggestions given for the dimensions of food quality are changes in menu design, adding interactive menus, conducting employee training, innovating food plating, and promoting collaborative menus. The suggestions given for the atmosphere dimensions are minor renovations, adding lights, adding servant attributes, and adding toilet facilities.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Tuhan YME atas segala rahmat dan berkatnya kepada penulis sehingga penulisan skripsi dengan judul “USULAN PENINGKATAN NIAT BELI ULANG DI SUIS BUTCHER SETIABUDI, BANDUNG” dapat diselesaikan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan.

Beragam tantangan dan rintangan yang terjadi pada saat penulisan skripsi ini. Namun, semua itu dapat diatasi tentunya juga dengan bantuan orang-orang yang membantu dalam pengerjaan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Catharina Badra Nawangpalupi, S.T., M.Eng.Sc., MTD., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan masukan terkait penyusunan skripsi yang telah dilakukan.
2. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku koordinator skripsi yang sudah mempersiapkan kegiatan skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana dengan sangat baik.
3. Bapak Jonny BS Nugroho selaku pemilik Suis Butcher yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Suis Butcher.
4. Bapak Nieda selaku Manajer Operasional Suis Butcher yang telah memberikan izin melakukan penelitian di Suis Butcher Setiabudi dan bantuannya demi kelancaran penelitian skripsi.
5. Seluruh jajaran staf tata usaha Fakultas Teknologi Industri Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh responden yang bersedia untuk meluangkan waktu untuk diwawancarai maupun mengisi kuesioner yang disebar.
7. Kedua orang tua, adik, dan saudara yang membantu dalam doa dan memberikan dukungan selama proses pembuatan skripsi.

8. Teman-teman Unpar maupun luar Unpar, Devina, Wellington, Christopher, serta kakak dan adik kelas yang telah memberikan banyak pelajaran bagi saya selama perkuliahan berlangsung.
9. Semua pihak yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Mohon maaf sebesar-besarnya atas segala kekurangan dan kesalahan yang pernah saya lakukan baik itu secara perkataan dan perbuatan. Meskipun skripsi ini belum sempurna, diharapkan dapat memberikan manfaat dan dampak positif untuk kemajuan objek penelitian serta untuk melaksanakan penelitian selanjutnya.

Bandung, 22 Juli 2020



Riko Ragadanasakti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-9
I.4 Tujuan Penelitian	I-9
I.5 Manfaat Penelitian	I-9
I.6 Metodologi Penelitian	I-10
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Restoran.....	II-1
II.2 Kepuasan Pelanggan	II-2
II.3 Perilaku Konsumen	II-3
II.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	II-3
II.5 Tahapan Pengambilan Keputusan Membeli	II-6
II.6 Niat beli Ulang	II-8
II.7 <i>Structured Equation Model</i>	II-10
II.8 <i>Partial Least Square</i> (PLS-SEM)	II-11
II.9 Tahapan PLS-SEM.....	II-12
II.10 Evaluasi Model PLS-SEM.....	II-13
BAB III MODEL PENELITIAN DAN PENGUJIAN	III-1
III.1 Pemilihan Model Penelitian.....	III-1
III.2 Penentuan Variabel dan Atribut	III-8
III.3 Pengembangan Alat Ukur.....	III-12
III.4 Pengumpulan Data	III-15

III.5 Pengolahan Data	III-16
III.6 Model Penelitian pada SmartPLS	III-21
III.6.1 Pengujian Model	III-23
III.6.1.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	III-23
III.6.1.2 Ringkasan Pengujian	III-28
III.6.2 Perbaikan Model	III-29
III.6.2.1 Evaluasi Ulang <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	III-29
III.6.2.2 Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	III-33
III.6.3 Model Akhir	III-37
III.6.3.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	III-38
III.6.3.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	III-42
III.7 Penilaian Variabel dan Indikator	III-46
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Profil Responden	IV-1
IV.2 Analisis Pemilihan Metode Pengolahan Data	IV-2
IV.3 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	IV-4
IV.4 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	IV-7
IV.5 Analisis Rata-rata Variabel	IV-8
IV.6 Usulan Perbaikan	IV-10
IV.6.1 Usulan Perbaikan Kualitas Makanan	IV-11
IV.6.1.1 Usulan Perbaikan Indikator M8 dan M3	IV-12
IV.6.1.2 Usulan Perbaikan Indikator M1	IV-15
IV.6.1.3 Usulan Perbaikan Indikator M6	IV-16
IV.6.1.4 Usulan Perbaikan Indikator M7	IV-17
IV.6.1.5 Usulan Perbaikan Indikator M2	IV-17
IV.6.1.6 Usulan Perbaikan Indikator M4	IV-18
IV.6.1 Usulan Perbaikan Suasana dan Atmosfir	IV-20
IV.6.2.1 Usulan Perbaikan Indikator S2 dan S1	IV-20
IV.6.2.2 Usulan Perbaikan Indikator S3	IV-22
IV.6.2.3 Usulan Perbaikan Indikator S5	IV-24
IV.6.2.4 Usulan Perbaikan Indikator S4	IV-25
IV.7 Rekap Usulan	IV-25

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Perbandingan Jurnal	III-1
Tabel III.2 Tabel Variabel dan Atribut.....	III-8
Tabel III.3 Bagian Kedua Kuesioner.....	III-13
Tabel III.4 Tabel Kode Indikator	III-22
Tabel III.5 Composite Reliability 1.....	III-24
Tabel III.6 <i>Outer Loading</i> 1	III-24
Tabel III.7 AVE 1.....	III-26
Tabel III.8 Cross Loading 1	III-26
Tabel III.9 Fornel Larcker Criterion 1.....	III-28
Tabel III.10 Composite Reliability 2.....	III-29
Tabel III.11 <i>Outer Loading</i> 2	III-30
Tabel III.12 AVE 2.....	III-31
Tabel III.13 Cross Loading 2	III-31
Tabel III.14 Fornel Larcker Criterion 2.....	III-33
Tabel III.15 Nilai VIF	III-34
Tabel III.16 Nilai <i>Path Coefficient</i>	III-34
Tabel III.17 <i>Total Effect</i>	III-35
Tabel III.18 Nilai <i>t-value</i> dan <i>p-value</i>	III-36
Tabel III.19 Nilai R ²	III-36
Tabel III.20 Composite Reliability 3.....	III-38
Tabel III.21 <i>Outer Loading</i> 3	III-39
Tabel III.22 AVE 3.....	III-40
Tabel III.23 <i>Cross Loading</i> 3.....	III-40
Tabel III.24 <i>Fornel Larcker Criterion</i> 3	III-41
Tabel III.25 VIF 2	III-42
Tabel III.26 <i>Path Coefficient</i> 2	III-43
Tabel III.27 <i>Total Effect</i> 2.....	III-43
Tabel III.28 Nilai <i>t-value</i> dan <i>p-value</i> 2.....	III-44
Tabel III.29 Nilai R ² 2	III-45
Tabel III.30 <i>Model Fit</i>	III-45

Tabel III.31 Rata-Rata Penilaian	III-46
Tabel IV.1 Tabel Prioritas Perbaikan.....	IV-11
Tabel IV.2 Tabel Rekapitan Usulan	IV-25

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Letak Keseluruhan Cabang.....	I-2
Gambar I.2 Data Jumlah Pengunjung Tahun 2012-2019.....	I-2
Gambar I.3 Data Jumlah Pengunjung <i>Outlet</i> Setiabudi.....	I-3
Gambar I.4 Lokasi <i>Outlet</i> Setiabudi.....	I-4
Gambar I.5 Persentase Steakhouse Favorit.....	I-6
Gambar I.6 Persentase Alasan Mengunjungi Suis Butcher.....	I-7
Gambar I.7 Persentase Kunjungan Terakhir Konsumen.....	I-7
Gambar I.8 Persentase Niat Kembali Konsumen.....	I-8
Gambar I.9 Metodologi Penelitian.....	I-13
Gambar II.1 Tahapan Pembelian Produk.....	II-8
Gambar II.2 <i>Path Models</i>	II-11
Gambar II.3 <i>Formative Model</i>	II-12
Gambar II.4 <i>Reflective Model</i>	II-14
Gambar III.1 Model Liu & Tse (2018).....	III-3
Gambar III.2 Model Niat Beli Ulang.....	III-5
Gambar III.3 Jenis Kelamin Responden.....	III-17
Gambar III.4 Usia Responden.....	III-17
Gambar III.5 Pekerjaan Saat Ini.....	III-18
Gambar III.6 Frekuensi Kunjungan ke Steakhouse.....	III-18
Gambar III.7 Steakhouse yang Dikunjungi Terakhir Kali.....	III-19
Gambar III.8 Frekuensi Kunjungan ke Suis Setiabudi.....	III-20
Gambar III.9 Waktu Kunjungan ke Suis Butcher Setiabudi.....	III-20
Gambar III.10 Model Penelitian SmartPLS.....	III-21
Gambar III.11 Model Akhir.....	III-37
Gambar IV.1 <i>Table Standing Poster</i>	IV-12
Gambar IV.2 Nusr-Et <i>Steakhouse</i>	IV-13
Gambar IV.3 Usulan Penempatan Logo Halal.....	IV-14
Gambar IV.4 Pemisahan Kualitas Daging.....	IV-16
Gambar IV.5 Inovasi <i>Food Plating</i>	IV-18
Gambar IV.6 Usulan <i>Highlight</i> Menu Sehat.....	IV-19

Gambar IV.7 Penerangan Lampu Tambahan	IV-20
Gambar IV.8 Usulan Renovasi <i>Wallpaper</i>	IV-21
Gambar IV.9 Usulan Penempatan Tempat Cuci Tangan	IV-22
Gambar IV.10 <i>Layout</i> Usulan Tempat Cuci Tangan.....	IV-23
Gambar IV.11 Usulan Pin Nama	IV-24
Gambar IV.12 Usulan Peletakan Pin.....	IV-24

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A BAGIAN PERTAMA KUESIONER.....	A-1
LAMPIRAN B DATA PROFIL KONSUMEN	B-1

BAB I

PENDAHULUAN

Bab I merupakan bab yang mengawali dilakukannya penelitian. Pada bab ini terdapat beberapa tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian. Dalam bab ini akan dipaparkan latar belakang permasalahan yang terjadi pada objek penelitian, identifikasi permasalahan yang terjadi, pembatasan dan asumsi permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

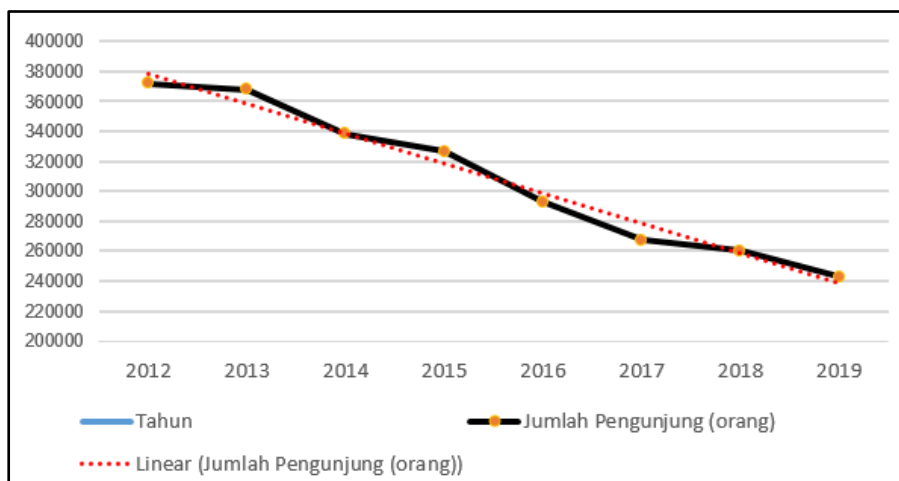
Meningkatnya pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia khususnya usaha restoran membuka peluang yang besar bagi restoran-restoran lokal untuk mengembangkan usahanya. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia tahun 2019, salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yaitu sektor pangan. Selain itu, Kementerian Perindustrian tahun 2019 mengatakan sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91% (melampaui pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,17%). Menurut Badan Pusat Statistik, pada tahun 2016 jumlah restoran dan rumah makan di Kota Bandung secara berurutan sebesar 396 dan 372 buah. Dapat dikatakan persaingan pada industri makanan kian hari kian meningkat. Secara otomatis restoran-restoran di Indonesia perlu meningkatkan daya saingnya untuk dapat bertahan dalam industri pangan.

Suis Butcher di Jalan Dr. Setiabudi No.172 merupakan objek penelitian yang diteliti pada penelitian ini. Suis Butcher adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan. Berdiri sejak tahun 1984, Suis Butcher merupakan salah satu restoran *steak* tertua di Bandung. Gerai pertama yang dibangun oleh perusahaan ini terletak di Jalan Dr. Setiabudi No. 172. Hingga tahun 2011 Suis Butcher memiliki total empat buah cabang yang beroperasi di Kota Bandung. Letak keempat cabang tersebut dapat dilihat pada Gambar I.1.



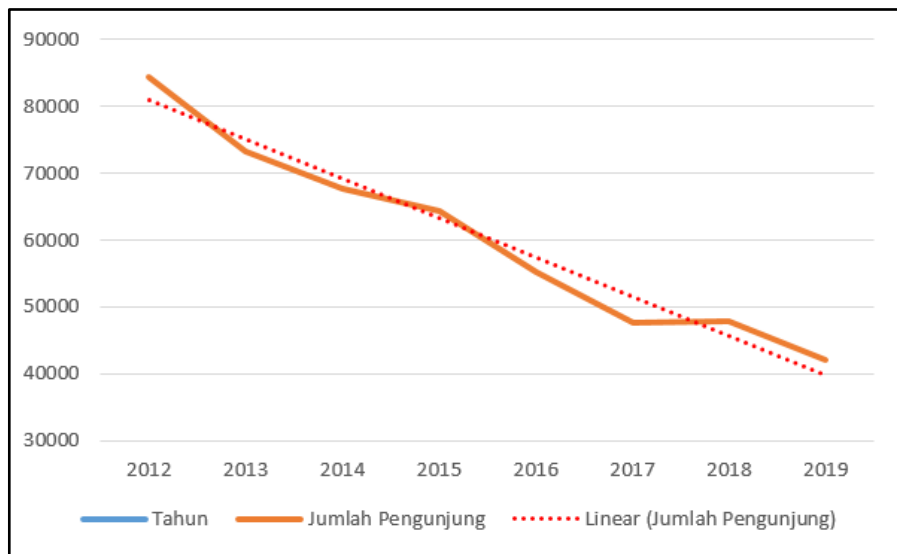
Gambar I.1 Letak Keseluruhan Cabang

Selama bertahun-tahun jumlah pengunjung yang datang ke Suis Butcher terus meningkat. Oleh karena itu, pembukaan cabang-cabang ditempat berbeda dilakukan untuk memenuhi permintaan konsumen. Namun, sejak 2012 hingga tahun 2019 jumlah tamu yang datang ke Suis Butcher terus mengalami penurunan. Berdasarkan Gambar I.2 dapat dilihat bahwa terjadi kecenderungan penurunan keseluruhan jumlah pengunjung yang datang sejak tahun 2012 hingga tahun 2019.



Gambar I.2 Data Jumlah Pengunjung Tahun 2012-2019

Pada Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah pengunjung yang datang sejak tahun 2012 hingga tahun 2019 di keseluruhan *outlet*. Pada Gambar 1.2 juga dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung tertinggi berada pada tahun 2012 sebesar 372.052 orang. Selain itu, jumlah pengunjung terendah berada pada tahun 2019 yaitu sebesar 242.709. *Trendline* pada grafik menunjukkan telah terjadinya kecenderungan penurunan jumlah pengunjung hingga akhir tahun 2019.



Gambar 1.3 Data Jumlah Pengunjung *Outlet* Setiabudi

Objek penelitian ini berfokus kepada *outlet* Suis Butcher di Jalan Setiabudi karena pada *outlet* ini terjadi penurunan jumlah pengunjung yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Pada Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah pengunjung khusus *outlet* di Jalan Setiabudi sejak tahun 2012 hingga akhir tahun 2019. Garis *trendline* menunjukkan adanya penurunan jumlah pengunjung yang datang ke *outlet* Suis Butcher di Jalan Setiabudi. Tahun 2019 merupakan tahun dengan jumlah pengunjung terendah yaitu sebanyak 41.983 orang. Sedangkan tahun 2012 merupakan tahun dengan jumlah pengunjung terbanyak yaitu sebanyak 84.425.

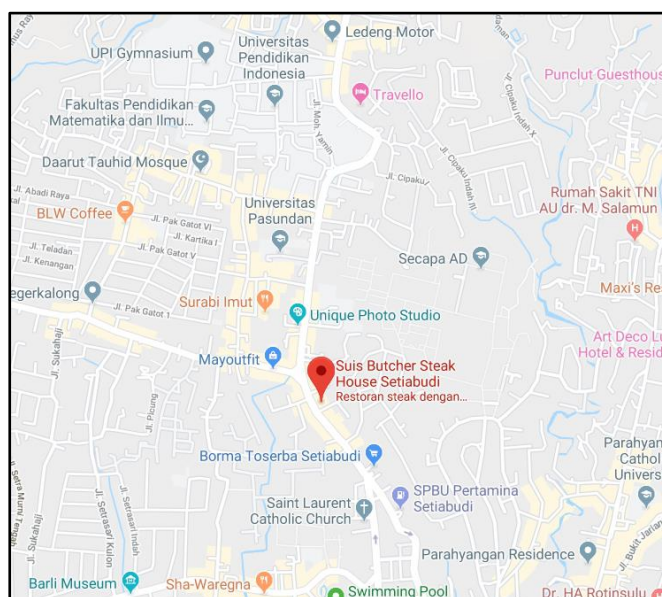
Fenomena penurunan jumlah pengunjung membuat manajer operasional dari Suis Butcher tidak puas akan kinerja perusahaan. Fenomena tersebut memerlukan perhatian lebih mengingat pendapatan yang diperoleh perusahaan tentunya akan berbanding lurus dengan jumlah pengunjung yang datang. Menurut manajer operasional rendahnya loyalitas pelanggan menjadi alasan kuat mengapa

penurunan pengunjung Suis Butcher di Jalan Setiabudi terjadi. Dengan begitu, hal ini tentunya mendorong keinginan manajer operasional untuk dapat meningkatkan loyalitas pengunjung yang datang ke Suis Butcher di Jalan Setiabudi.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Meningkatnya jumlah restoran di Bandung serta berkembangnya inovasi di bidang industri makanan turut serta meningkatkan tingkat persaingan usaha khususnya di daerah Bandung. Banyaknya jumlah restoran dan usaha sejenis memudahkan konsumen untuk memilih tempat makan. Dengan begitu, konsumen akan cenderung memilih tempat makan yang sesuai dengan harapannya. Oleh karena itu, agar mampu bersaing di industri makanan sebuah restoran perlu memiliki keunggulan dan mampu memahami kebutuhan konsumennya.

Saat ini, Suis Butcher memiliki total empat *outlet* yang beroperasi di Kota Bandung. *Outlet* pertama yang menjadi objek penelitian terletak di Jalan Setiabudi No.172. *Outlet* ini merupakan *outlet* pertama yang dimiliki Suis Butcher. Gerai pertama ini terletak di daerah yang padat aktivitas. *Outlet* ini dekat dengan daerah perguruan tinggi seperti Universitas Pendidikan Indonesia, Sekolah Tinggi Pariwisata National Hotel Institute dan Universitas Pasundan. Selain itu, daerah ini juga dekat dengan tempat wisata dan perbelanjaan seperti *Factory Outlet* Rumah Mode, Borma, dan Amazing Art World. Dekat gerai ini juga terdapat hotel-hotel seperti Mercure dan GH Universal.



Gambar I.4 Lokasi *Outlet* Setiabudi

Di Jalan Setiabudi terdapat beberapa tempat makan yang menjual berbagai macam aneka makanan seperti Sushi Tei, KFC, Raa Cha Suki BBQ, Pizza Hut, Bakso Boedjangan, dan lainnya. Selain itu, terdapat juga tempat makan yang menjual produk sejenis seperti My Little Kitchen Steakhouse, Waroeng Steak and Shake Sutami, serta cafe-cafe yang menjual menu Steak. Namun, jumlah tempat makan yang menjual produk sejenis tergolong sedikit. Kurang lebih hanya terdapat tiga buah restoran atau tempat makan yang menjual produk sejenis.

Selain observasi, salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui penyebab penurunan jumlah pengunjung di *outlet* Suis Butcher yaitu dengan melakukan wawancara. Wawancara dilakukan terhadap manajer operasional serta konsumen Suis Butcher. Berdasarkan wawancara dengan manajer operasional Suis Butcher didapatkan beberapa dugaan yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung Suis Butcher khususnya di Jalan Setiabudi. Beliau menduga bahwa penurunan jumlah pengunjung di *outlet* Setiabudi disebabkan oleh beberapa faktor seperti munculnya beberapa rumah makan sebagai pesaing-pesaing baru, desain tempat yang ketinggalan zaman, serta rekayasa lalu lintas di Jalan Setiabudi. Menurut manajer operasional Suis Butcher, hadirnya beberapa tempat makan baru mempengaruhi kuat jumlah pengunjung yang datang ke Suis Butcher di Jalan Setiabudi. Konsumen yang sebelumnya datang ke Suis Butcher di Jalan Setiabudi cenderung untuk berpindah ke tempat makan lain.

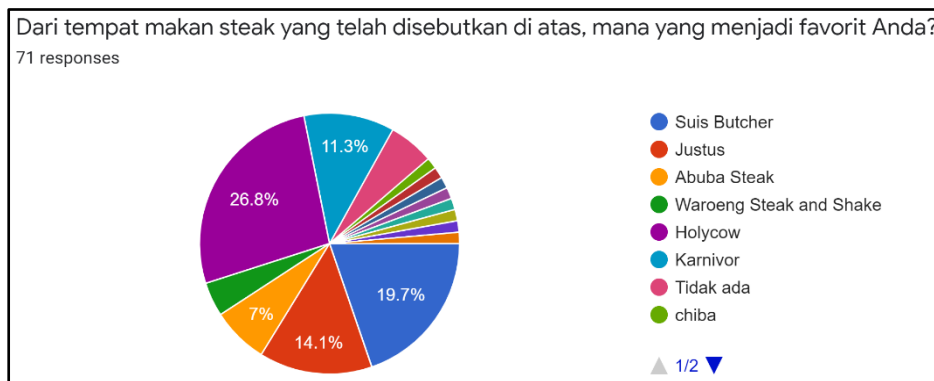
Hingga saat ini, Suis Butcher memiliki target pasar utama yaitu keluarga. Namun, pihak *marketing* mengaku ingin melakukan perluasan pasar ke generasi Z. Berdasarkan wawancara dengan pihak marketing, generasi Z yang ingin dituju yaitu orang-orang yang berumur 19-26 tahun. Tim *marketing* mengharapkan adanya regenerasi peminat Suis Butcher. Anak-anak yang dulunya pernah makan di Suis Butcher dengan keluarga diharapkan dapat memiliki minat untuk membeli ulang.

Untuk memasarkan produknya Suis Butcher telah melakukan proses pemasaran secara *online* maupun *offline*. Saat ini Suis Butcher tidak memiliki *website* resmi, namun aktif menggunakan media sosial seperti Instagram untuk mempromosikan produknya. Dibandingkan pemasaran secara *offline* menggunakan *banner* dan sebagainya, kini Suis Butcher lebih fokus untuk melakukan pemasaran secara *digital* dan *online*. Manajer operasional beserta tim telah melakukan beberapa strategi untuk dapat mengatasi fenomena penurunan

jumlah pengunjung yaitu dengan melakukan *soft campaign/promotion* pada media sosial serta inovasi menu yang terus dilakukan. Beliau berharap jumlah pengunjung tiap tahunnya dapat meningkat serta loyalitas *customer* juga meningkat. Loyalitas *customer* dianggap penting oleh manajer operasional agar pendapatan perusahaan lebih stabil.

Selain itu, wawancara juga dilakukan terhadap konsumen dari Suis Butcher. Berdasarkan wawancara dengan dua orang konsumen Suis Butcher di Jalan Setiabudi mereka mengatakan bahwa tidak berminat untuk membeli ulang Steak di Jalan Setiabudi. Mereka mengatakan bahwa suasana *outlet* Setiabudi tidak nyaman. Selain itu, rasa dan kualitas daging juga menjadi suatu alasan mengapa mereka tidak ingin kembali lagi ke Suis Butcher di Jalan Setiabudi.

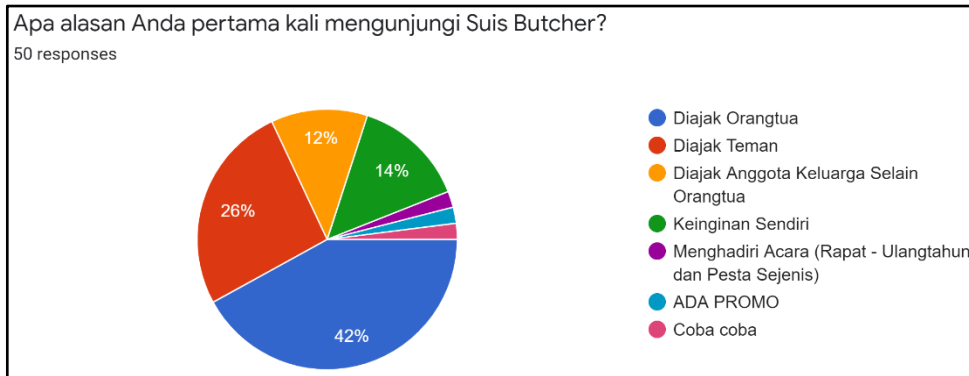
Penyebaran kuesioner juga dilakukan untuk dapat mengetahui permasalahan yang sedang terjadi. Kuesioner pendahuluan disebarkan kepada responden melalui kuesioner *online*. Selama seminggu, kuesioner disebarkan pada forum-forum mahasiswa dan forum kemasyarakatan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 71 responden yang berasal dari Bandung didapatkan beberapa informasi terkait penelitian yang dilakukan. Suis Butcher merupakan tempat makan paling disukai kedua setelah Holycow dengan persentase 19,7%. Pada Gambar I.5 dapat dilihat persentase keseluruhan Steakhouse yang menjadi favorit responden.



Gambar I.5 Persentase Steakhouse Favorit

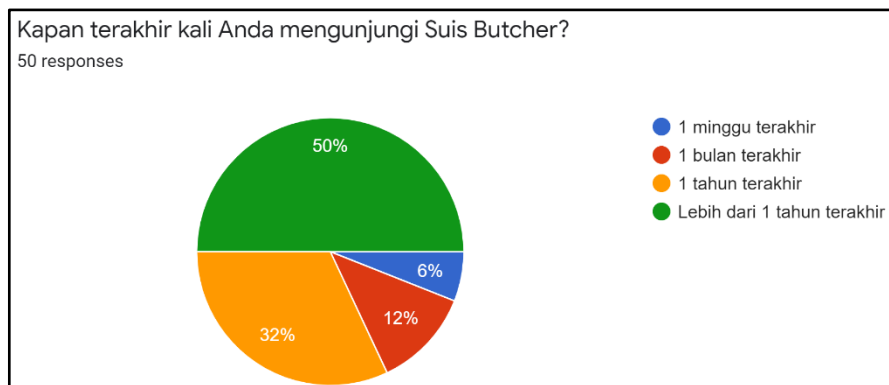
Melalui penyebaran kuesioner juga diketahui bahwa sebanyak 42% responden mengatakan bahwa alasan pertama mereka mengunjungi Suis Butcher karena diajak oleh orangtua. Hal ini menandakan bahwa orangtua berperan penting dalam proses pemasaran Suis Butcher. Selain itu, 26% responden

mengatakan bahwa mereka diajak teman saat pertama kali datang ke Suis Butcher. Pada Gambar I.6 dapat dilihat presentase alasan pertama kali konsumen mengunjungi *outlet* Suis Butcher.



Gambar I.6 Persentase Alasan Mengunjungi Suis Butcher

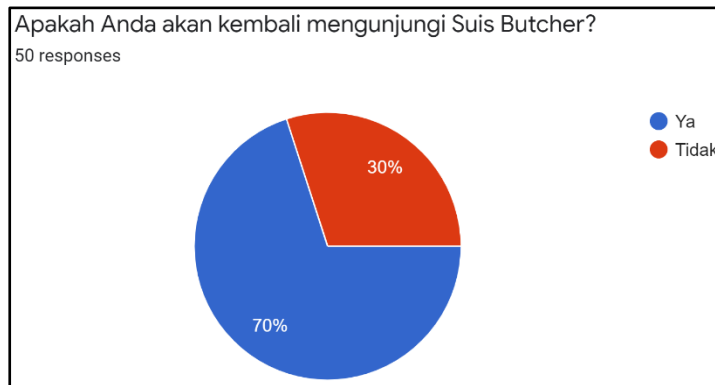
Pada Gambar I.7 dapat dilihat kapan terakhir kali konsumen datang ke Suis Butcher. 50% orang yang pernah mengunjungi Suis Butcher mengatakan bahwa mereka sudah lebih dari satu tahun terakhir belum mengunjungi lagi Suis Butcher. Selain itu, 32% orang mengunjungi *outlet* Suis Butcher yaitu sekitar satu tahun terakhir. Hal ini diduga juga mempengaruhi fenomena penurunan yang terjadi di seluruh *outlet* Suis Butcher.



Gambar I.7 Persentase Kunjungan Terakhir Konsumen

Pada Gambar I.8 dapat dilihat persentase orang yang ingin mengunjungi kembali Suis Butcher. Dari total 50 responden yang pernah mengunjungi Suis Butcher sebanyak 70% responden ingin mengunjungi ulang Suis Butcher, sedangkan terdapat 30% responden yang tidak ingin mengunjungi ulang Suis Butcher. Berbagai macam alasan mendasari niat beli ulang konsumen Suis Butcher. Mayoritas *customer* yang ingin kembali ke Suis Butcher mengatakan

bahwa kualitas daging dan rasa yang enak menjadi alasan mereka untuk kembali mengunjungi *outlet*. Selain itu, harga Steak yang bersaing juga menjadi alasan mengapa *customer* akan kembali mengunjungi Suis Butcher. Sebaliknya, mayoritas *customer* yang tidak berniat kembali mengunjungi Suis Butcher didasari alasan suasana Suis Butcher yang kurang nyaman, kualitas daging yang kian menurun, serta munculnya kompetitor yang dirasa lebih baik untuk dikunjungi.



Gambar I.8 Persentase Niat Kembali Konsumen

Melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada konsumen Suis Butcher diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli ulang di Suis Butcher Setiabudi. Menurut Awi dan Chaipoopirutana (2014) niat beli ulang (*repurchasing intention*) adalah sebuah peluang atau kecenderungan konsumen untuk menggunakan layanan jasa atau produk yang sama di kemudian hari karena konsumen diberikan produk atau jasa sesuai dengan keinginannya. Dalam konteks penelitian yang dilakukan, niat pembelian ulang berarti pembelian ulang di restoran atau rumah makan yang sama. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Liu dan Tse (2018) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen secara signifikan yaitu kepuasan konsumen. Selain itu, dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan sendiri dipengaruhi secara langsung oleh lima faktor yaitu makanan yang disajikan, jasa pelayanan yang diberikan, harga makanan, *value* yang didapatkan, serta kenyamanan dan suasana restoran. Dengan begitu, sebuah restoran perlu mempertimbangkan kepuasan konsumennya agar dapat meningkatkan niat beli ulang. Berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan, terdapat beberapa rumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Bagaimana niat pembelian ulang konsumen terhadap Suis Butcher Setiabudi?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen dalam memilih Suis Butcher Setiabudi sebagai tempat makan?
3. Bagaimana usulan perbaikan bagi Suis Butcher Setiabudi berdasarkan faktor-faktor yang berpengaruh menurut konsumen?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan di Suis Butcher Jalan Setiabudi dibuatlah pembatasan masalah agar penelitian terfokus pada masalah yang diteliti. Selain itu, pembatasan masalah juga dilakukan untuk mempertegas suatu permasalahan yang terjadi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah, yaitu:

1. Penelitian dilakukan pada Suis Butcher di Jalan Setiabudi No.172, Kota Bandung
2. Penelitian dilakukan hanya terhadap pembelian Steak
3. Proses penelitian hanya dilakukan sampai tahap usulan untuk *outlet* Suis Butcher di Jalan Setiabudi

Dalam penelitian ini juga dibuatlah asumsi-asumsi terhadap variabel-variabel yang tidak dapat dikendalikan. Asumsi digunakan untuk menyederhanakan permasalahan yang ada sehingga dapat membantu penelitian yang dilakukan. Asumsi yang dibuat dalam penelitian yaitu selama dilakukannya penelitian, sistem pada objek penelitian tidak berubah.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat pada subbab sebelumnya, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian. Tujuan-tujuan tersebut, yaitu:

1. Mengetahui niat beli ulang konsumen Suis Butcher Setiabudi
2. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen dalam memilih Suis Butcher Setiabudi sebagai tempat makan
3. Memberikan usulan perbaikan kepada Suis Butcher Setiabudi berdasarkan faktor yang berpengaruh menurut konsumen

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak. Penelitian yang dilakukan pada Suis Butcher di Jalan Setiabudi bermanfaat bagi perusahaan, peneliti, serta pembacanya. Berikut merupakan penjelasan manfaat dari penelitian yang dilakukan.

1. Bagi Perusahaan

Manfaat yang didapatkan oleh perusahaan sebagai tempat dilakukannya penelitian yaitu dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang *customer* Suis Butcher. Tentunya faktor ini dapat digunakan perusahaan sebagai pertimbangan untuk meningkatkan niat beli ulang *customer*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, perusahaan dapat mempertimbangkan solusi yang diberikan peneliti untuk dapat memperbaiki sistem kerja sekarang sehingga menjadi lebih baik lagi.

2. Bagi Peneliti

Manfaat juga didapatkan oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan menjadi sebuah wadah bagi peneliti untuk menerapkan pengetahuannya di bidang keilmuan Teknik Industri sekaligus Manajemen Industri. Peneliti juga dituntut untuk berpikir lebih kritis dalam membangun sebuah solusi yang diberikan. Selain itu, peneliti juga mendapatkan banyak pelajaran di bidang industri makanan.

3. Bagi Pembaca

Penelitian yang dilakukan bermanfaat bagi pembaca karena memuat informasi-informasi yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya. Informasi-informasi yang dipaparkan seputar niat beli ulang dan industri makanan khususnya *steakhouse*. Pembaca dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen di bidang industri makanan.

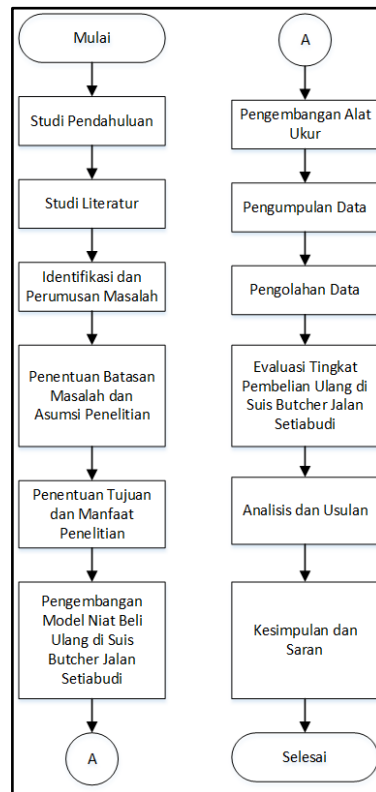
I.6 Metodologi Penelitian

Dalam menjalankan penelitian terdapat beberapa tahapan yang dilakukan peneliti. Tahap-tahap yang dilakukan bertujuan untuk merumuskan masalah yang terjadi pada objek penelitian serta membentuk solusi yang paling sesuai untuk menjawab permasalahan yang terjadi. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam

penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.9 Penjelasan dari tiap tahap-tahap yang dilakukan, yaitu:

1. Studi Pendahuluan
Studi Pendahuluan merupakan tahap awal yang dilakukan yaitu dengan mencari tahu permasalahan yang terjadi di Suis Butcher khususnya di *outlet* Setiabudi. Untuk mencari tahu permasalahan yang terjadi dilakukan observasi langsung serta mewawancarai manajer operasional serta *customer* Suis Butcher di Jalan Setiabudi. Dengan begitu permasalahan yang terjadi akan lebih mudah untuk diidentifikasi pada tahap selanjutnya.
2. Studi Literatur
Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan teori-teori yang mendukung proses penelitian. Teori-teori akan digunakan untuk membantu dalam perbaikan sistem kerja yang sekarang pada Suis Butcher di Jalan Setiabudi. Teori-teori yang digunakan meliputi teori akan perilaku konsumen serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen.
3. Identifikasi dan Perumusan Masalah
Pada tahap ini masalah diidentifikasi dan dirumuskan. Rumusan masalah dibuat agar permasalahan yang diteliti lebih terfokus. Dengan begitu peneliti dapat lebih mudah mencari penyelesaiannya.
4. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian
Batasan masalah dibuat agar peneliti lebih terfokus pada permasalahan yang ingin diteliti. Sedangkan asumsi digunakan agar penelitian yang dilakukan lebih sederhana.
5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian
Tujuan penelitian yang dilakukan berdasarkan rumusan masalah yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. Pada penelitian yang dilakukan terdapat beberapa tujuan yang akan dicapai. Penelitian yang dilakukan juga diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan sebagai objek penelitian, peneliti, serta pembacanya.
6. Pengembangan Model Niat Beli Ulang di Suis Butcher Jalan Setiabudi
Pada penelitian yang dilakukan penentuan variabel yang diduga mempengaruhi niat beli ulang konsumen *outlet* di Jalan Setiabudi serta pembuatan model penelitian.

7. Pengembangan Alat Ukur
Pada tahap ini disusunlah alat ukur berupa kuesioner dengan variabel yang telah ditentukan dan memiliki hubungan dengan niat beli ulang konsumen
8. Pengumpulan Data
Pada tahap ini data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang ingin dituju. Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap masyarakat Bandung serta konsumen Suis Butcher di Jalan Setiabudi.
9. Pengolahan Data
Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, kemudian pengolahan data dilakukan dengan metode yang paling sesuai. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan pengujian model pengukuran niat beli ulang dengan variabel yang telah ditentukan sebelumnya serta mengetahui pengaruh variabel terhadap niat beli ulang.
10. Evaluasi Niat Pembelian Ulang Konsumen
Pada tahap ini proses evaluasi terhadap niat pembelian ulang di Suis Butcher Jalan Setiabudi. Hasil dari evaluasi digunakan dalam pembuatan usulan perbaikan Suis Butcher khususnya di *outlet* Setiabudi.
11. Analisis dan Usulan
Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap pengolahan data yang dilakukan serta usulan yang telah dirancang untuk memperbaiki Suis Butcher di Jalan Setiabudi.
12. Kesimpulan dan Saran
Pada tahap ini dibuatlah kesimpulan-kesimpulan berdasarkan penelitian yang dilakukan. Selain itu pada tahap ini juga diberikan saran bagi perusahaan maupun penelitian lanjutan yang akan dilakukan.



Gambar I.9 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian yang dilakukan terdapat beberapa sistematika penulisan yang digunakan. Sistematika penulisan berfungsi untuk memudahkan pembaca untuk memahami penelitian yang dilakukan. Subbab ini akan menjelaskan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini merupakan penjelasan dari sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan bab yang mengawali dilakukannya penelitian. Pada bab ini terdapat latar belakang permasalahan yang terjadi pada objek penelitian, identifikasi permasalahan yang terjadi, pembatasan dan asumsi permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini berisi dasar dilakukannya penelitian serta menjadi pedoman dilakukannya penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II merupakan bab yang berisi mengenai teori-teori yang membantu jalannya penelitian dilakukan. Teori-teori yang dicantumkan merupakan teori-teori yang berhubungan dengan perilaku konsumen serta niat beli ulang konsumen. Informasi teori-teori yang dicantumkan digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan.

BAB III MODEL PENELITIAN DAN PENGUJIAN

Pada bab ini berisi mengenai model penelitian yang digunakan serta pengujian data yang dilakukan. Sebelum pengujian data dilakukan, variabel dan atribut harus ditentukan terlebih dahulu. Selain itu, pengembangan alat ukur juga perlu dilakukan. Dengan begitu pengumpulan data dan pengolahan data dapat dilakukan. Data yang diolah seputar *profile* responden, evaluasi model pengukuran serta model struktural. Selain itu, dilakukan juga evaluasi terhadap niat beli ulang di Suis Butcher Jalan Setiabudi.

BAB IV ANALISIS

Setelah data dikumpulkan dan diolah pada bab sebelumnya, kemudian hasilnya dianalisis untuk didapatkan suatu informasi penting. Bab ini berisi mengenai bahasan-bahasan dan analisis terkait pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Hasil analisis yang dilakukan dapat digunakan sebagai acuan untuk merancang suatu perbaikan terhadap Suis Butcher di Jalan Setiabudi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V merupakan bab penutup yang berisi mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan suatu rangkuman dari penelitian yang telah dilakukan. Pada bagian saran diberikan usulan atau saran kepada penelitian selanjutnya agar dapat berjalan lebih baik.