

# **UPAYA PENINGKATAN NIAT BELI ULANG KONSUMEN DI RESTORAN X**

## **SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**Nama : Steven**

**NPM : 2016610212**



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

# **UPAYA PENINGKATAN NIAT BELI ULANG KONSUMEN DI RESTORAN X**

## **SKRIPSI**

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

**Disusun oleh :**

**Nama : Steven**  
**NPM : 2016610212**



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

## ABSTRAK

Restoran X merupakan salah satu restoran yang ikut bersaing dalam industri makanan dan minuman di Kota Bandung. Data penjualan Restoran X selama 3 tahun terakhir (2017-2019) mengalami penurunan sebesar 36%. Penurunan penjualan salah satunya disebabkan oleh persaingan industri makanan dan minuman yang semakin ketat di Kota Bandung. Persaingan yang ketat tersebut diduga menyebabkan menurunnya niat beli ulang konsumen di Restoran X. Sejauh ini, upaya evaluasi sudah dilakukan namun pihak Restoran X sendiri masih tidak mengetahui faktor apa saja yang secara signifikan mempengaruhi niat beli ulang konsumen. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen, sehingga dapat diberikan usulan perbaikan untuk faktor-faktor tersebut guna meningkatkan niat beli ulang.

Penelitian ini dimulai dengan menentukan variabel dan butir pengukuran yang diduga mempengaruhi niat beli ulang konsumen di restoran berdasarkan penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya. Terdapat 7 variabel yang digunakan dalam model penelitian, yaitu kualitas makanan, kualitas pelayanan, harga dan nilai, suasana, kepuasan konsumen, *word-of-mouth*, dan niat beli ulang. Selanjutnya dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner terhadap konsumen yang pernah berkunjung ke Restoran X, dimana didapatkan jumlah sampel sebanyak 129 sampel. Hasil data kuesioner kemudian akan diolah menggunakan metode PLS-SEM.

Dari hasil pengujian, didapatkan bahwa beberapa butir pengukuran harus dihapuskan sehingga model penelitian dapat dinyatakan valid dan reliabel. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel yang secara signifikan mempengaruhi niat beli ulang konsumen adalah kualitas makanan, kualitas pelayanan, harga dan nilai, suasana, kepuasan konsumen, dan *word-of-mouth*. Selain itu, dilakukan pengukuran performansi untuk Restoran X yang digunakan untuk merancang usulan perbaikan. Terdapat 9 usulan perbaikan yang diberikan kepada Restoran X, dimana 7 usulan diterima, 1 usulan dipertimbangkan, dan 1 usulan ditolak.

## **ABSTRACT**

*Restaurant X is a restaurant that competes in the food and beverage industry in Bandung. Based on sales data, Restaurant X has decreased by 36% over the past 3 years (2017-2019). The decline in sales was allegedly caused by the fierce competition in the food and beverage industry in Bandung. The fierce competition was allegedly caused a decreased in consumer's repurchase intention at Restaurant X. So far, the owner of Restaurant X has evaluated the efforts, but he was unable to identify factors that significantly affected consumer's repurchase intention. Therefore, this research was conducted to determine which factors influence consumer's repurchase intention, so that proposed improvements can be given for those factors in order to increase repurchase intention.*

*The research starts by determining variable and measurement item which allegedly influence customer's repurchase intention at restaurant based on similar research that has been done before. There are seven variables used in research model, i.e. food quality, service quality, price and value, atmosphere, customer satisfaction, word-of-mouth, and repurchase intention. The next step is the creating and distributing the questionnaires to the consumers who have visited Restaurant X, which the number of samples obtained as much as 129 samples. Questionnaires data result then will be processed using PLS-SEM method.*

*From the process result, it was found that some measurement items must abolished so that the measurement model becomes valid and reliable. The results of data processing found that variable that significantly affect consumer's repurchase intention was food quality, service quality, price and value, atmosphere, customer satisfaction, and word-of-mouth. Furthermore, performance measurements were taken for Restaurant X which is used for designing proposed improvements. Ten proposed improvements were made to Restaurant X and found that eight proposals were accepted, one proposal was considered, and one proposal was rejected.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkat dan kuasa-Nya, laporan skripsi dengan judul “Upaya Peningkatan Niat Beli Ulang Konsumen di Restoran X” dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Laporan skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menempuh dan lulus mata kuliah ISE184198 dan sebagai salah satu syarat untuk mencapai kelulusan.

Penulisan laporan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari beberapa pihak yang telah membantu penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, penulis hendak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua, kakak, dan adik penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
2. Bapak Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu membimbing dengan memberikan masukan, saran, serta arahan selama proses pengerjaan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Paulus Sukpto, Ir., MBA dan Bapak Dr. Sugih Sudharma Tjandra, S.T., M.Si. selaku dosen penguji proposal skripsi yang telah memberikan masukan dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Sugih Sudharma Tjandra, S.T., M.Si. dan Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan masukan dalam pengerjaan skripsi ini
5. Pihak Restoran X yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi pada objek penelitian dan meluangkan waktu untuk membantu proses pengerjaan skripsi.
6. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk membantu mengisi kuesioner penelitian.
7. Sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Aurelia Sheryl Margono selaku teman terdekat penulis yang sangat membantu dan selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.

9. Seluruh dosen Teknik Industri UNPAR yang telah memberikan bantuan dan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh kuliah.
10. Teman-teman Teknik Industri 2016 kelas B yang memberikan semangat dan mendukung penulis selama masa perkuliahan.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan laporan skripsi ini sehingga dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk perbaikan di kemudian hari. Penulis juga berharap laporan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Bandung, 30 Juni 2020

Steven

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Steven  
NPM : 2016610212  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : UPAYA PENINGKATAN NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN DI RESTORAN X

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

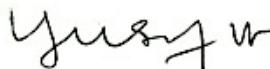
Bandung, 30 Juli 2020

**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**



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

**Pembimbing Pertama**



(Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T.)



## **PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Steven

NPM : 2016610212

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**UPAYA PENINGKATAN NIAT BELI ULANG KONSUMEN DI 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, 30 Juli 2020

Steven

NPM : 2016610212



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan 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-12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	II-1
II.1 Restoran.....	II-1
II.2 Perilaku Konsumen.....	II-2
II.3 Pengertian dan Karakteristik Jasa atau Layanan .....	II-4
II.4 Niat Beli Ulang .....	II-5
II.5 Kepuasan Konsumen .....	II-7
II.6 Teknik Pengumpulan Data.....	II-8
II.7 Teknik <i>Sampling</i> .....	II-9
II.8 Skala Pengukuran .....	II-10
II.9 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	II-14
II.10 <i>Partial Least Squares</i> SEM (PLS-SEM) .....	II-14
II.11 Pengujian Pada Metode PLS-SEM .....	II-15
II.11.1 Pengujian Model Pengukuran Pada Metode PLS-SEM.....	II-15

II.11.2 Pengujian Model Struktural Pada Metode PLS-SEM.....	II-18
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>III-1</b>
III.1 Pembangunan Hipotesis dan Operasionalisasi Variabel .....	III-1
III.2 Perancangan Kuesioner .....	III-11
III.3 <i>Pre-test</i> Kuesioner .....	III-12
III.4 Penyebaran Kuesioner .....	III-13
III.4.1 Teknik Pengambilan Sampel Penelitian .....	III-14
III.4.2 Jumlah Sampel Penelitian.....	III-14
III.5 Pengumpulan Data .....	III-14
III.5.1 Pengumpulan Data Kuesioner .....	III-15
III.5.2 Penyeleksian Data Kuesioner .....	III-15
III.6 Pengolahan Data .....	III-17
III.6.1 Profil Responden .....	III-17
III.6.2 Pengujian Model Penelitian.....	III-20
III.7 Pengukuran Performansi Restoran X.....	III-39
<b>BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1 Analisis Hasil Profil Responden .....	IV-1
IV.2 Analisis Hasil Pengujian Model Penelitian .....	IV-3
IV.3 Analisis Prioritas Pemberian Usulan Perbaikan .....	IV-5
IV.4 Rancangan Usulan Perbaikan .....	IV-6
IV.4.1 Usulan Perbaikan Harga dan Nilai.....	IV-7
IV.4.2 Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan .....	IV-10
IV.4.3 Usulan Perbaikan Suasana .....	IV-11
IV.4.4 Usulan Perbaikan Kualitas Makanan .....	IV-15
IV.5 Evaluasi Hasil Usulan Perbaikan .....	IV-15
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>V-1</b>
V.1 Kesimpulan .....	V-1
V.2 Saran .....	V-2

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Frekuensi Kunjungan Responden .....	I-6
Tabel I.2	Keluhan Konsumen Restoran X .....	I-6
Tabel I.3	Alternatif Restoran Lain yang Dipilih Responden.....	I-7
Tabel II.1	Tahap Pengujian Model Pengukuran .....	II-16
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel.....	III-9
Tabel III.2	Rekapitulasi Komentar Responden .....	III-13
Tabel III.3	Nilai <i>Mahalanobis Distance</i> Setiap Data Kuesioner .....	III-16
Tabel III.4	Profil Responden.....	III-18
Tabel III.5	Hasil Pengujian <i>Internal Consistency Reliability</i> Awal.....	III-21
Tabel III.6	Hasil Pengujian <i>Indicator Reliability</i> Awal .....	III-22
Tabel III.7	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Awal .....	III-24
Tabel III.8	Hasil Pengujian <i>Cross-Loadings</i> Awal .....	III-25
Tabel III.9	Hasil Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Awal.....	III-26
Tabel III.10	Hasil Pengujian <i>Internal Consistency Reliability</i> Modifikasi 1.....	III-28
Tabel III.11	Hasil Pengujian <i>Indicator Reliability</i> Modifikasi 1 .....	III-28
Tabel III.12	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi 1 .....	III-29
Tabel III.13	Hasil Pengujian <i>Cross-Loadings</i> Modifikasi 1 .....	III-30
Tabel III.14	Hasil Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Modifikasi 1 .....	III-31
Tabel III.15	Hasil Pengujian <i>Internal Consistency Reliability</i> Modifikasi 2.....	III-33
Tabel III.16	Hasil Pengujian <i>Indicator Reliability</i> Modifikasi 2 .....	III-33
Tabel III.17	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi 2 .....	III-34
Tabel III.18	Hasil Pengujian <i>Cross-Loadings</i> Modifikasi 2 .....	III-35
Tabel III.19	Hasil Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Modifikasi 2.....	III-36
Tabel III.20	Nilai <i>Inner VIF</i> .....	III-37
Tabel III.21	Hasil Pengujian Signifikansi <i>Path Coefficient</i> .....	III-38
Tabel III.22	Nilai <i>Total Effect</i> .....	III-38
Tabel III.23	Nilai $R^2$ .....	III-39
Tabel III.24	Nilai <i>Importance</i> Setiap Variabel .....	III-40
Tabel III.25	Nilai <i>Performance</i> Setiap Variabel.....	III-40
Tabel III.26	Nilai Rata-Rata Butir Pengukuran dan Variabel.....	III-41

Tabel IV.1	Contoh <i>Checklist</i> Kebersihan Area Makan .....	IV-13
Tabel IV.2	Rekapitulasi Evaluasi Usulan Perbaikan dan Hasil Evaluasi .....	IV-16

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Jumlah Bisnis Kuliner di Kota Bandung.....	I-2
Gambar I.2	Rata-rata Penjualan Per Bulan Restoran X Tahun 2017-2019 ....	I-3
Gambar I.3	Metodologi Penelitian.....	I-10
Gambar II.1	Model Pengukuran Reflektif PLS-SEM.....	II-15
Gambar II.2	Model Pengukuran Formatif PLS-SEM .....	II-16
Gambar III.1	Model Penelitian .....	III-9
Gambar III.2	<i>Path Model</i> Penelitian Awal.....	III-20
Gambar III.3	<i>Path Model</i> Modifikasi 1 .....	III-27
Gambar III.4	<i>Path Model</i> Modifikasi 2 .....	III-32
Gambar III.5	<i>Importance-Performance Matrix</i> .....	III-41
Gambar IV.1	Letak Kipas Angin Restoran X .....	IV-14
Gambar IV.2	<i>Layout</i> Awal dan <i>Layout</i> Usulan Restoran X .....	IV-14

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A: KUESIONER PENELITIAN

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

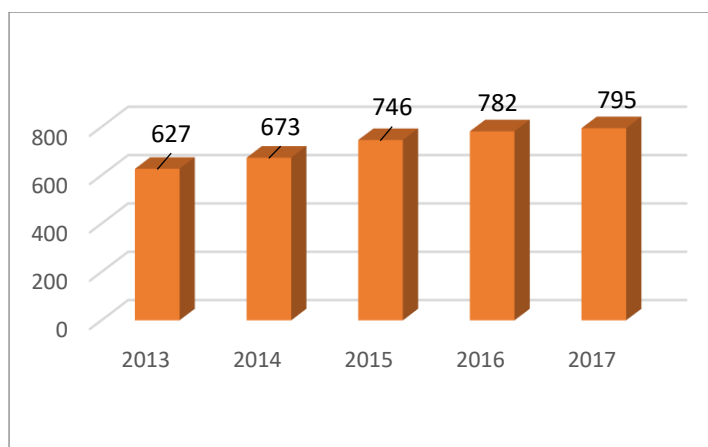
Pada bab ini akan dipaparkan mengenai pendahuluan atau langkah awal yang dilakukan pada penelitian. Pembahasan pada bab ini mencakup masalah pada objek penelitian, batasan dan asumsi yang digunakan dalam penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta metodologi dari penelitian yang dilakukan.

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan manusia yang paling mendasar adalah kebutuhan fisiologis (Maslow,1943). Kebutuhan fisiologis itu sendiri terbagi menjadi kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan. Salah satu kebutuhan fisiologis tersebut adalah kebutuhan pangan. Pangan merupakan kebutuhan manusia yang memiliki tingkatan paling rendah sehingga harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan lainnya. Setiap harinya manusia melakukan aktivitas fisik maupun aktivitas non fisik. Tanpa makanan, manusia akan mengalami kesulitan dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas tersebut karena diperlukan energi dalam pelaksanaannya yang dapat diperoleh dari makanan, sehingga kebutuhan pangan sangat diperlukan manusia untuk mendukung berjalannya aktivitas.

Pada era globalisasi seperti saat ini, sektor usaha di bidang perindustrian terus mengalami peningkatan. Di Indonesia sendiri, industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor perindustrian yang terus berkembang dan berkontribusi besar terhadap ekonomi nasional. Menurut Kementerian Perindustrian, Airlangga Hartanto, pertumbuhan industri makanan dan minuman sampai triwulan III tahun 2019 mencapai 8,83%. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku usaha akan bersaing pada bisnis makanan dan minuman. Salah satu contoh bisnis dalam industri makanan dan minuman adalah bisnis kuliner. Meningkatnya persaingan pada bisnis kuliner menyebabkan para pelaku bisnis tersebut harus berlomba-lomba menciptakan inovasi baru agar meningkatkan daya tarik konsumen.

Bandung merupakan kota yang dinobatkan menjadi destinasi wisata kuliner Indonesia sejak 2015 lalu (Pikiran Rakyat, 2019). Kementerian Pariwisata, Arief Yahya, memaparkan bahwa dalam menentukan destinasi wisata kuliner tersebut, pihaknya melakukan penilaian terhadap 10 kandidat kota. Keberagaman jenis kuliner menjadikan kota Bandung terpilih sebagai destinasi wisata kuliner dibandingkan kandidat kota lain di Indonesia. Berdasarkan data statistik pada tahun 2013-2017, jumlah sektor usaha di bidang kuliner terus meningkat di kota Bandung. Gambar I.1 merupakan grafik peningkatan jumlah sektor usaha bidang kuliner di kota Bandung.



Gambar I.1 Jumlah Bisnis Kuliner di Kota Bandung  
(Sumber: <https://bandungkota.bps.go.id/>)

Berdasarkan data pada Gambar I.1, dapat dilihat jumlah sektor usaha di bidang kuliner di Kota Bandung selama kurun waktu 5 tahun. Data pada grafik tersebut menunjukkan bahwa setiap tahunnya Kota Bandung mengalami kenaikan dalam jumlah sektor usaha di bidang kuliner. Hal tersebut menyebabkan peningkatan persaingan bagi bisnis-bisnis kuliner di Kota Bandung, termasuk di dalamnya Restoran X. Restoran X merupakan salah satu restoran yang ikut bersaing dalam bisnis kuliner di kota Bandung. Restoran X ini terletak di kawasan Naripan, Bandung. Menu utama yang disajikan pada Restoran X adalah bakmi. Restoran X memiliki luas lahan parkir yang cukup memadai untuk memuat mobil dan motor di bagian depan bangunan.

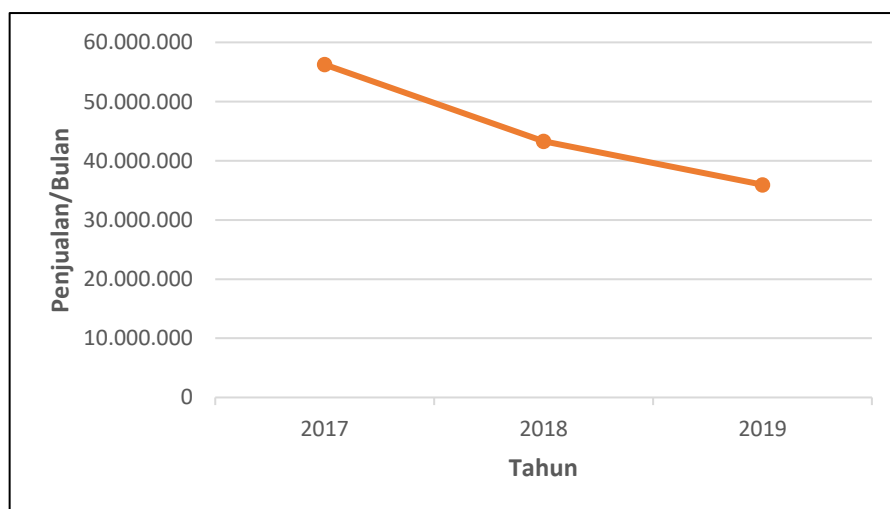
Semakin banyaknya jumlah restoran di Kota Bandung membuat Restoran X harus berlomba-lomba menyajikan menu makanan yang autentik dengan cita rasa yang tidak berubah-ubah, serta tak lupa juga dengan penawaran yang menarik untuk memikat para konsumen. Selain hal-hal tersebut, Restoran X juga



harus dapat menyediakan pelayanan yang baik bagi para konsumennya. Jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen semakin baik, maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya kepuasan konsumen, akan terbentuk loyalitas dan niat beli ulang konsumen. Seperti menurut Jones dan Sasser (1995), kepuasan konsumen akan menjadi kunci dari loyalitas konsumen dan dapat menimbulkan finansial jangka panjang yang baik.

Salah satu dampak terciptanya loyalitas dari konsumen adalah dapat mendatangkan konsumen-konsumen baru. Hal ini dikarenakan konsumen yang loyal tersebut bisa saja merekomendasikan Restoran X karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pada restoran tersebut, seperti menurut Jordaan dan Prinsloo (2001), satu konsumen yang merasa puas dengan produk dan jasa yang diberikan, maka konsumen tersebut akan membawa tiga orang konsumen lainnya. Sehingga, konsumen yang loyal sangat dibutuhkan oleh suatu bisnis seperti yang dijalankan oleh Restoran X dikarenakan akan semakin besar peluang untuk mendapatkan banyak konsumen lain dan semakin banyak kemungkinan terciptanya konsumen loyal lainnya.

Peningkatan jumlah bisnis kuliner di Kota Bandung nyatanya mempengaruhi penjualan Restoran X. Menurut hasil wawancara dengan pemilik, Restoran X mengalami penurunan jumlah transaksi beriringan dengan turunnya penjualan selama 2 tahun berturut-turut. Penurunan jumlah transaksi serta penjualan yang terjadi pada Restoran X cukup signifikan. Gambar 1.2 merupakan grafik rata-rata penjualan per bulan Restoran X selama tahun 2017 sampai 2019.



Gambar 1.2 Rata-rata Penjualan Per Bulan Restoran X Tahun 2017-2019

Dari Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa pada tahun 2017, Restoran X memperoleh rata-rata penjualan sebesar Rp56,250,000 per bulan, pada tahun 2018 sebesar Rp43,312,000 per bulan, dan pada tahun 2019 sebesar Rp35,950,000. Penurunan penjualan Restoran X dari tahun 2017 ke 2018 sebesar 23%, dari tahun 2018 ke 2019 sebesar 17%. Sedangkan untuk penurunan keseluruhan dari tahun 2017 hingga 2019 sebesar 36% dimana angka tersebut dapat dikatakan cukup signifikan.

Menurut wawancara dengan pemilik, pihak Restoran X sendiri tidak mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan niat beli ulang terhadap Restoran X. Melihat kondisi Restoran X saat ini serta belum maksimalnya layanan yang disediakan menurut keluhan beberapa konsumen merupakan hal-hal yang melatarbelakangi perlunya peningkatan kualitas layanan pada Restoran X. Pemilik Restoran X sendiri menyebutkan bahwa keluhan-keluhan konsumen biasanya disampaikan melalui beberapa situs makanan bahkan kadang melalui teguran langsung ke bagian kasir. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan indikasi bahwa keluhan-keluhan dari konsumen tersebut merupakan penyebab terjadinya penurunan jumlah transaksi serta penjualan pada Restoran X beserta pemilik sendiri juga ingin mengetahui faktor-faktor yang diduga mempengaruhi penurunan angka penjualan.

## **I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Restoran X merupakan restoran yang telah lama bergerak pada industri kuliner di kota Bandung. Menurut hasil wawancara dengan pemilik, Restoran X mengalami penurunan jumlah transaksi yang diikuti dengan turunnya penjualan. Berbagai upaya telah dilakukan Restoran X dengan tujuan untuk menaikkan angka penjualan, salah satunya adalah dengan melakukan promosi. Promosi yang dilakukan Restoran X adalah melalui media sosial. Namun, berdasarkan keterangan dari pemilik Restoran X, promosi yang telah dilakukan tidak cukup kuat untuk menaikkan angka penjualan.

Selain melakukan wawancara dengan pemilik Restoran X untuk mengidentifikasi masalah, dilakukan juga observasi keluhan-keluhan melalui ulasan konsumen pada internet. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa kualitas layanan yang diberikan Restoran X saat ini belumlah maksimal, hal tersebut dapat dilihat dari keluhan-keluhan yang diberikan konsumennya melalui

internet atau bahkan teguran langsung kepada pihak restoran. Adapun situs makanan yang dijadikan referensi dalam penelitian ini adalah situs makanan Trip Advisor dan Zomato. Penilaian pada situs makanan tersebut adalah menggunakan nilai 1 sampai dengan 5, dimana nilai 1 menunjukkan kualitas restoran buruk dan nilai 5 menunjukkan kualitas restoran baik.

Pada situs makanan Trip Advisor, Restoran X mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,5 dari skala 5 dengan total 124 ulasan dari para konsumen. Aspek penilaian pada situs makanan ini adalah rasa makanan, layanan, dan *value*. Aspek makanan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4 dari skala 5, sedangkan aspek layanan dan *value* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,5 dari skala 5. Keluhan-keluhan yang diberikan pada situs makanan tersebut sangatlah variatif. Rata-rata konsumen Restoran X mengeluh mengenai rasa, harga, fasilitas (tempat), dan pelayanan. Ada yang mengeluhkan rasa makanan yang tidak enak, harga makanan yang terlalu mahal, pelayanan yang buruk (pelayan yang kurang ramah, waktu menunggu makanan yang lama), serta tempat yang kotor dan panas.

Selanjutnya akan dilihat juga penilaian konsumen terhadap Restoran X melalui situs makanan Zomato. Pada situs makanan Zomato, Restoran X mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4 dari skala 5 dengan total 183 ulasan. Aspek-aspek yang dinilai pada situs makanan tersebut adalah makanan (harga dan rasa), pelayanan, fasilitas (tempat), dan suasana. Meskipun telah mendapatkan nilai rata-rata yang cukup baik, masih terdapat banyak keluhan-keluhan dari konsumen yang diberikan terhadap Restoran X. Ada yang mengeluhkan pelayanan yang buruk (pelayanan yang kurang ramah, pelayan yang kurang sigap, dan waktu mengantri lama), harga yang terlalu mahal, rasa makanan yang tidak enak, serta tempat yang kotor dan panas.

Selain melakukan observasi keluhan-keluhan konsumen melalui situs makanan, dilakukan juga wawancara terhadap 30 orang responden yang pernah mengunjungi Restoran X. Wawancara ini dilakukan untuk memvalidasi keluhan-keluhan yang telah disampaikan sebelumnya pada situs makanan. Pertanyaan pertama yang diajukan kepada responden adalah frekuensi kunjungan ke Restoran X yang pernah dilakukan. Tabel I.1 merupakan hasil wawancara terhadap responden mengenai frekuensi kunjungan yang telah dilakukan.

Tabel I.1 Frekuensi Kunjungan Responden

Frekuensi Kunjungan	Jumlah Responden
1 kali	12
2 kali	8
3 kali	5
4 kali	3
≥ 5 kali	2

Dari Tabel I.1 dapat dilihat bahwa setiap responden memiliki frekuensi kunjungan yang berbeda-beda. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa niat beli ulang yang rendah dari konsumen terhadap Restoran X. Wawancara selanjutnya dilakukan dengan memberikan pertanyaan seputar pengalaman setelah berkunjung ke Restoran X. Selain itu ditanyakan pula kepada responden apakah mereka akan mengunjungi Restoran X kembali atau tidak. Hasil wawancara mengenai pengalaman responden pada saat mengunjungi Restoran X berbeda-beda, ada yang berbunyi positif dan ada yang berbunyi negatif. Pernyataan yang bernada negatif menunjukkan ketidakpuasan dari konsumen dan ketidakpuasan tersebut merupakan hal yang harus ditindaklanjuti karena nantinya akan berpengaruh pada niat beli ulang dari konsumen itu sendiri. Hasil wawancara dari responden rata-rata mengeluhkan mengenai harga makanan, rasa makanan, pelayanan, dan suasana atau fasilitas (tempat). Tabel I.2 merupakan keluhan konsumen yang diperoleh melalui hasil wawancara.

Tabel I.2 Keluhan Konsumen Restoran X

No	Keluhan	Jumlah
1	Harga makanan mahal	12
2	Tempatnya panas	12
3	Informasi pada menu kurang lengkap (harga tidak tercantum)	11
4	Pelayan kurang ramah	11
5	Tempatnya kurang bersih	10
6	Harga makanan tidak sesuai dengan ekspektasi (rasa, porsi, dll)	9
7	Rasa makanan tidak enak / tidak konsisten	8
8	Tempatnya terlalu jadul	5
9	Suasananya sumpek	5
10	Metode pembayaran masih tradisional	4
11	Penyajian makanan lama	4
12	Rasa makanan tidak autentik	3
13	Makanan berminyak	2

Dari Tabel I.2, dapat dilihat bahwa hasil wawancara yang menunjukkan jumlah keluhan terbanyak adalah harga dengan total sebanyak 32 keluhan. Keluhan kedua terbanyak berdasarkan hasil wawancara adalah mengenai suasana atau fasilitas (tempat) dengan total sebanyak 32 keluhan. Keluhan ketiga terbanyak adalah mengenai pelayanan dengan total sebanyak 19 keluhan. Keluhan yang terakhir adalah mengenai dengan rasa makanan dengan total sebanyak 13 keluhan. Perhitungan jumlah keluhan bukan didasarkan pada jumlah responden, melainkan dari keseluruhan keluhan yang diterima dari responden sehingga jumlah total keluhan yang didapatkan akan melebihi jumlah total responden karena terdapat responden yang memberikan keluhan lebih dari satu.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan terhadap responden adalah apakah akan kembali berkunjung ke Restoran X apabila layanan yang diberikan masih sama seperti saat ini. Hasil wawancara menunjukkan 67% responden atau setara dengan 20 orang menyatakan tidak akan kembali berkunjung ke Restoran X dan 33% responden atau setara dengan 10 orang menyatakan akan kembali berkunjung ke Restoran X. Pertanyaan terakhir diajukan terhadap 20 responden yang menjawab tidak akan kembali berkunjung ke Restoran X. Pertanyaan yang diajukan adalah jika tidak akan kembali ke Restoran X, restoran mana yang akan dipilih apabila ingin mengonsumsi bakmi. Hasil wawancara terhadap responden mengenai restoran yang akan mereka kunjungi dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3 Alternatif Restoran Lain yang Dipilih Responden

<b>Alternatif Restoran Bakmi Lain</b>	<b>Jumlah</b>
Bakmi Aloj	8
Mie Rica Kejaksanaan	5
Mie Linggarjati	3
Bakmi GM	2
Mie Jakarta	1
Mie Danau Toba	1

Berdasarkan Tabel I.3 dapat dilihat bahwa alternatif restoran lain terbanyak yang dipilih responden untuk mengonsumsi bakmi adalah Bakmi Aloj dengan total 8 orang. Alternatif kedua terbanyak adalah Mie Rica Kejaksanaan dengan total 5 orang. Alternatif ketiga terbanyak adalah Mie Linggarjati dengan total 3 orang, disusul dengan Bakmi GM dengan total 2 orang, kemudian Mie Jakarta dan Mie Danau Toba masing-masing sebanyak 1 orang. Salah satu alasan bahwa responden tidak ingin kembali berkunjung ke Restoran X adalah

keinginannya yang tidak terpenuhi. Keinginan yang tidak terpenuhi tersebut menyebabkan kepuasan konsumen pada Restoran X menjadi rendah. Kepuasan konsumen yang rendah juga akan mengakibatkan niat beli ulang dari para konsumen juga semakin rendah. Hal tersebut tentunya akan mempengaruhi angka penjualan di Restoran X yang saat ini makin menurun.

Berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi niat beli ulang dari konsumen. Niat beli ulang atau *repurchase intention* menurut Oliver, Rust, dan Varki (1997) merupakan komitmen untuk membeli ulang atau berlangganan kembali terhadap suatu produk atau layanan secara konsisten meskipun terdapat kondisi tertentu yang menyebabkan perubahan perilaku konsumen. Menurut Anderson dan Sullivan (1993), tingkat kepuasan konsumen yang tinggi akan meningkatkan niat beli ulang dari konsumen tersebut. Seperti pada penelitian yang telah dilakukan oleh Liu dan Tse (2018), bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian ulang di sebuah restoran/rumah makan. Faktor yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen di sebuah rumah makan secara positif adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sendiri dipengaruhi oleh kualitas layanan dari rumah makan, berupa kualitas makanan, pelayanan, harga, nilai yang didapatkan, dan suasana dari rumah makan itu sendiri.

Sejalan dengan Mannan, Chowdhury, Sarker, dan Amir (2019) menyatakan bahwa niat beli ulang konsumen di suatu rumah makan secara positif dipengaruhi oleh kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sendiri secara positif dipengaruhi oleh kualitas layanan, berupa pelayanan, kualitas makanan, suasana, nilai dan harga yang didapatkan, dan pengaruh dari konsumen lain. Begitu pula dengan Marinkovic, Senic, Dimitrovski, dan Bjelic (2014) yang menyatakan bahwa niat beli ulang konsumen di sebuah rumah makan secara positif dipengaruhi oleh kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sendiri dipengaruhi oleh kualitas layanan, berupa harga, suasana, dan komunikasi dari pelayan. Oleh karena itu, model yang serupa akan diuji untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada Restoran X sehingga dapat diberikan usulan perbaikan guna meningkatkan niat beli ulang konsumen. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, dibuat beberapa perumusan masalah untuk penelitian ini.

1. Bagaimana tingkat pembelian ulang konsumen terhadap Restoran X?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen dalam memilih Restoran X?
3. Bagaimana usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen di Restoran X?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Dalam penelitian ini, dibuat beberapa batasan agar penelitian yang dilakukan terhadap Restoran X lebih terfokus dan cakupannya tidak terlalu luas. Berikut merupakan batasan yang digunakan dalam penelitian.

1. Penelitian tidak dilakukan hingga tahap implementasi usulan, tetapi hanya sampai evaluasi rancangan usulan perbaikan oleh pihak Restoran X.
2. Faktor biaya tidak dipertimbangkan dalam perancangan usulan perbaikan.

Selain pembatasan masalah, terdapat juga beberapa asumsi yang digunakan dalam penelitian. Asumsi yang diberikan antara lain tidak terjadi perubahan kondisi seperti perubahan pada pelayanan, harga, dan menu pada Restoran X.

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan mempunyai beberapa tujuan yang hendak dicapai. Tujuan penelitian merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui tingkat pembelian ulang konsumen terhadap Restoran X.
2. Mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen dalam memilih Restoran X.
3. Merancang usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli ulang konsumen di Restoran X.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Memberikan informasi kepada pemilik usaha Restoran X mengenai faktor yang mempengaruhi niat beli ulang untuk suatu restoran secara umum.

2. Memberikan usulan perbaikan yang dapat diterapkan untuk Restoran X guna meningkatkan kepuasan dan niat beli ulang konsumen.
3. Menjadi referensi dan menambah wawasan bagi pembaca yang hendak melakukan penelitian sejenis mengenai niat beli ulang pada restoran.

## I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan langkah-langkah yang dilakukan agar penelitian lebih sistematis dan terarah. Dalam penelitian ini, terdapat 10 langkah yang dilakukan. Gambar I.3 merupakan *flowchart* dari metodologi penelitian yang menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan selama proses penelitian.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian



Berdasarkan Gambar I.3, akan dijelaskan mengenai setiap tahapan pada *flowchart* tersebut. Penjelasan masing-masing tahapan adalah sebagai berikut.

1. Studi Pendahuluan  
Studi pendahuluan yang dilakukan adalah melakukan observasi langsung ke objek penelitian yaitu Restoran X dan melakukan wawancara langsung kepada pemilik usaha.
2. Identifikasi dan Perumusan Masalah  
Identifikasi masalah dilakukan untuk mencari akar masalah yang sedang dialami objek penelitian. Selain itu juga dibuat perumusan masalah untuk mengetahui apa yang hendak diselesaikan dari penelitian.
3. Pembatasan Masalah dan Asumsi  
Pembatasan masalah dibuat agar penelitian yang dilakukan lebih terfokus dan cakupannya tidak terlalu luas. Sedangkan asumsi dibuat agar mempermudah proses penelitian.
4. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian  
Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, maka dihasilkan tujuan dari penelitian yang dilakukan. Tujuan penelitian merupakan jawaban dari rumusan masalah yang ada.
5. Studi Literatur  
Studi literatur dilakukan untuk mendukung teori-teori terkait penelitian yang dilakukan baik dalam mengolah maupun menganalisis masalah. Studi literatur yang dilakukan berdasar pada jurnal penelitian dan buku-buku terkait penelitian.
6. Pengumpulan Data  
Proses pengumpulan data dilakukan dengan penyusunan dan penyebaran kuesioner. Penyusunan kuesioner dilakukan berdasarkan atribut-atribut yang diperoleh dari hasil studi literatur. Setelah kuesioner disusun, dilakukan penyebaran kuesioner baik secara *online* maupun *offline*.
7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas  
Hasil kuesioner yang telah disebar sebelumnya akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah kuesioner yang dibuat dapat secara benar mengukur apa yang hendak diukur

kuesioner tersebut. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah kuesioner dapat menghasilkan hasil yang konsisten untuk penelitian yang sejenis.

8. Pengujian Model Niat Beli Ulang

Pengolahan data yang dilakukan pada tahap ini adalah mengolah hasil kuesioner yang telah disebar sebelumnya. Pada tahapan ini, hasil kuesioner akan diolah menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM).

9. Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada bagian ini akan dilakukan analisis terhadap data yang telah diolah sebelumnya. Analisis dilakukan untuk mengetahui dan memahami penyebab permasalahan. Dengan mengetahui penyebab permasalahan, selanjutnya dapat dilakukan perancangan usulan perbaikan yang dapat diterapkan Restoran X guna meningkatkan niat beli ulang konsumen.

10. Kesimpulan dan Saran

Tahapan terakhir dari penelitian ini adalah pembuatan kesimpulan. Kesimpulan yang dibuat merupakan jawaban dari rumusan masalah. Selain itu juga diajukan saran untuk pihak Restoran X dan penelitian yang sejenis di masa mendatang.

### **I.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan laporan penelitian skripsi ini terbagi menjadi 5 bagian besar dimana setiap bagian berada pada satu bab tersendiri. Sistematika penulisan ini berguna untuk mengetahui secara garis besar hal-hal apa saja yang akan dibahas pada setiap babnya.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai pendahuluan atau langkah awal dari penelitian yang akan dilakukan. Pembahasan pada bab ini mencakup masalah pada objek penelitian, batasan dan asumsi yang digunakan dalam penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta metodologi dari penelitian yang dilakukan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini, akan dipaparkan mengenai tinjauan pustaka dari penelitian yang dilakukan. Tinjauan pustaka yang dilakukan diperoleh dari buku maupun jurnal. Tinjauan pustaka ini berguna sebagai dasar teori atau referensi dari penelitian yang dilakukan baik pengumpulan data, pengolahan data hingga analisis dan usulan.

## **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini, akan dijabarkan mengenai model penelitian, pengumpulan data beserta pengolahan data. Pengumpulan data yang dilakukan dimulai dari uji literatur, penyusunan kuesioner, hingga penyebaran kuesioner. Pengolahan data sendiri terbagi menjadi pengolahan data mengenai profil responden, pengujian model pengukuran, pengujian model struktural, dan pengukuran performansi Restoran X.

## **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Pada bab ini, akan dijabarkan mengenai analisis dari hasil pengolahan data yang dilakukan pada bab sebelumnya. Selain itu, akan dipaparkan rancangan usulan perbaikan yang diberikan untuk meningkatkan niat beli ulang pada Restoran X.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi hasil akhir yang didapatkan dari penelitian, yakni kesimpulan. Kesimpulan yang dipaparkan akan menjawab tujuan dari penelitian. Selain itu dipaparkan pula saran yang berguna untuk meningkatkan niat beli ulang pada Restoran X.