

**USULAN PERBAIKAN KUALITAS PRODUK,
HARGA, DAN CITRA MEREK UNTUK
MENINGKATKAN NIAT BELI KONSUMEN PADA
GRIINCH SALADBAR**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Felita Cahya

NPM : 2017610127



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

2021

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Felita Cahya
NPM : 2017610127
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
CITRA MEREK UNTUK MENINGKATKAN NIAT BELI
KONSUMEN PADA GRIINCH SALADBAR

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2021

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

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

Pembimbing Tunggal

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



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Felita Cahya

NPM : 2017610127

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“USULAN PERBAIKAN PADA USAHA MAKANAN GRIINCH SALADBAR UNTUK MENINGKATKAN NIAT BELI 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, 29 Juli 2021

Felita Cahya
NPM : 2017610127

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia gemar mengonsumsi makanan siap saji yang memberikan peluang usaha baru di bidang makanan. Penjualan makanan selama pandemi bertumbuh sebesar 300% dan industri makanan di Indonesia mampu bertumbuh sebesar 3,9%. Saat ini kesadaran masyarakat terhadap kesehatan terus meningkat yang memperketat persaingan bisnis di bidang makanan sehat. Agar mampu bersaing di dunia industri, pelaku usaha harus dapat memenuhi keinginan konsumen. Griinch SaladBar merupakan salah satu usaha yang berdiri sejak Juli 2020, namun sejak Desember 2020 hingga saat ini penjualan Griinch SaladBar sulit mencapai target penjualannya yang diduga karena rendahnya niat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen dalam membeli salad dan mengusulkan perbaikan untuk Griinch SaladBar.

Berdasarkan studi literatur, terdapat 5 variabel yang diteliti yaitu kesadaran kesehatan, kualitas produk, keamanan dan kebersihan makanan, harga, dan citra merek. Kemudian dilakukan desain *sampling* yang dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner, dan didapatkan 102 data yang dapat diolah. Pengujian model penelitian dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil evaluasi model pengukuran menunjukkan bahwa alat ukur telah valid dan reliabel. Berdasarkan evaluasi model struktural didapatkan 6 dari 8 hipotesis diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor yang berpengaruh terhadap niat beli konsumen yaitu kualitas produk, harga, dan citra merek. Berdasarkan ketiga faktor tersebut, digunakan *Importance Performance Matrix Analysis* (IPMA) untuk menentukan prioritas usulan perbaikan. Faktor yang diprioritaskan pertama untuk usulan perbaikan adalah kualitas produk, dilanjutkan dengan harga dan citra merek. Dihasilkan 15 usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli konsumen di Griinch SaladBar yang dibagi menjadi 4 kategori yaitu pemanfaatan media sosial, promosi, pemberdayaan SDM, dan pengembangan produk.

Kata kunci : Niat beli, PLS-SEM, IPMA, kualitas produk, harga, citra merek

ABSTRACT

Indonesian people like to consume fast food which provides new business opportunities in the food sector. Food sales during the pandemic grew by 300% and the food industry in Indonesia was able to grow by 3.9%. Currently, public awareness of health continues to increase which tightens business competition in the healthy food sector. In order to be able to compete in the industrial world, business actors must be able to fulfill consumer desires. Griinch SaladBar is one of the businesses that was established in July 2020. However, since December 2020 until now, sales of Griinch SaladBar have been difficult to reach its sales target, which is thought to be due to the low purchase intention of consumers. This study aims to determine the factors that influence consumer purchase intentions in buying salads and propose improvements to Griinch SaladBar.

Based on the literature study, there are 5 variables studied, namely health awareness, product quality, food safety and hygiene, price, and brand image. Then a sampling design was carried out followed by the distribution of questionnaires, and 102 data were obtained that could be processed. The research model was tested using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results of the evaluation of the measurement model indicate that the measuring instrument is valid and reliable. Based on the evaluation of the structural model, 6 out of 8 hypotheses were accepted.

The results showed that there are 3 factors that influence the purchase intention of consumers, namely product quality, price, and brand image. Based on these three factors, Importance Performance Matrix Analysis (IPMA) is used to determine the priority of improvement proposals. The first priority factor for the proposed improvement is product quality, followed by price and brand image. There were 15 suggestions for improvement to increase consumer buying intention at Griinch SaladBar which were divided into 4 categories, namely the use of social media, promotion, empowerment of human resources, and product development.

Keyword : *Purchase intention, PLS-SEM, IPMA, product quality, price, brand image*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen pada Griinch SaladBar”. Penulisan skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan. Penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini jika tidak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan sabar selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Bapak Ignatius A. Sandy, S.Si., M.T. selaku dosen penguji sidang proposal skripsi yang telah memberi saran dan kritik dalam penyusunan proposal skripsi.
3. Ibu Cherish Rikardo, S.Si., M.T. dan Bapak Daniel Siswanto, S.T., M.T. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberi saran dan kritik dalam penyusunan proposal skripsi.
4. Pemilik Griinch SaladBar yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian, memberikan data pendukung, dan membantu menyebarkan kuesioner sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh responden yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner.
6. Orang tua, kakak, dan adik penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Ricky Vincentius yang telah mendengarkan, membantu, memberikan semangat dan membagikan canda tawa kepada penulis dari awal perkuliahan hingga tahap penyusunan skripsi.
8. Felicia Nathania, Margaretha Angeline, Irfan Widiyanto, Nicholas Putra, Arvin Jonathan, Ignatius Kevin, Stanley Surya, Yoko Gunawan, Jonathan, Jonathan Alvin, Patrick Owen, dan sahabat-sahabat lainnya yang telah

membagikan canda tawa, memberikan dukungan dari awal perkuliahan hingga tahap penyusunan skripsi.

9. Angelina Siahaya yang telah menemani, mendengarkan, dan memberikan semangat dari awal perkuliahan hingga tahap penyelesaian skripsi.
10. Yaiza Anastasia yang telah menemani, mendengarkan, dan memberikan semangat dari awal perkuliahan hingga tahap penyelesaian skripsi.
11. Jede, Olin, Fefe, dan Tasha yang merupakan sahabat masa sekolah penulis yang selalu mendukung penulis dalam penyusunan skripsi
12. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang diberikan untuk membangun skripsi ini lebih baik. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak dan penelitian selanjutnya.

Bandung, 29 Juli 2021

Felita Cahya

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.I Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.II Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-3
I.III Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-7
I.IV Tujuan Penelitian.....	I-8
I.V Manfaat Penelitian.....	I-8
I.VI Metodologi Penelitian	I-8
I.VII Sistematika Penulisan	I-12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Keputusan Pembelian	II-1
II.2 Niat Beli Konsumen.....	II-1
II.3 Perilaku Konsumen	II-2
II.4 Skala Pengukuran	II-3
II.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	II-3
II.6 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	II-4
II.6.1 PLS-SEM	II-5
II.6.2 Jumlah Sampel Minimum.....	II-6
II.6.3 Evaluasi Model Pengukuran	II-6
II.6.4 Evaluasi Model Struktural	II-7
II.7 <i>Importance Performance Map Analysis</i> (IPMA)	II-8
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Pengembangan Model Penelitian	III-1
III.2 Pengembangan Alat Ukur	III-7

III.3	Pengumpulan Data	III-18
III.3.1	<i>Desain Sampling</i>	III-18
III.3.3	Penyebaran Kuesioner	III-19
III.4	Uji Homogenitas Profil Responden.....	III-20
III.5	Pengujian Model Penelitian	III-23
III.5.1	Evaluasi Model Pengukuran	III-25
III.5.2	Evaluasi Model Struktural	III-30
III.6	Nilai Rata-Rata Konsumen Griinch SaladBar	III-34
BAB IV ANALISIS DAN RANCANGAN USULAN PERBAIKAN		IV-1
IV.1	Analisis Pengembangan Model dan Alat Ukur	IV-1
IV.2	Analisis Pengumpulan Data	IV-3
IV.3	Analisis Profil Responden dan Uji Homogenitas	IV-4
IV.4	Analisis Keluaran PLS SEM	IV-6
IV.5	Rancangan Usulan Perbaikan	IV-12
IV.5.1	Rancangan Usulan Perbaikan Kualitas Produk	IV-12
IV.5.2	Rancangan Usulan Perbaikan Harga	IV-22
IV.5.3	Rancangan Usulan Perbaikan Citra Merek.....	IV-24
IV.6.4	Rekapitulasi Usulan Peningkatan Niat Beli	IV-25
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		V-1
V.1	Kesimpulan	V-1
V.2	Saran	V-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Perbandingan Griinch SaladBar dengan Pesaing.....	I-4
Tabel I.2 Wawancara dengan Konsumen yang Pernah Membeli	I-5
Tabel I.3 Wawancara dengan Konsumen yang Belum Pernah Membeli.....	I-6
Tabel I.4 Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Membeli Salad	I-6
Tabel III.1 Deskripsi Variabel Penelitian Phan dan Mai (2016).....	III-2
Tabel III.2 Deskripsi Variabel Penelitian Dewi dan Ardani (2018).....	III-3
Tabel III.3 Operasionalisasi Variabel.....	III-7
Tabel III.4 Atribut Pengukuran.....	III-8
Tabel III.5 Item Pertanyaan Kuesioner.....	III-10
Tabel III.6 Jumlah Atribut Pengukuran	III-11
Tabel III.7 Bagian Profil Responden	III-12
Tabel III.8 Komentar <i>Pre-Test</i>	III-13
Tabel III.9 Revisi Atribut Pengukuran.....	III-14
Tabel III.10 Revisi Jumlah Atribut Pengukuran	III-17
Tabel III.11 Perbaikan Bagian Profil Responden	III-18
Tabel III.12 Rekapitulasi Profil Responden	III-20
Tabel III.12 Rata-Rata Variabel Berdasarkan Profil Usia	III-21
Tabel III.13 Uji F Data Kuesioner Berdasarkan Usia.....	III-22
Tabel III.14 Hasil Rata-Rata Variabel Profil Domisili, Pengeluaran, Pernah Membeli.....	III-22
Tabel III.15 Hasil Uji F Data Kuesioner Profil Domisili, Pengeluaran, Pernah Membeli.....	III-23
Tabel III.16 Nilai Internal Consistency.....	III-25
Tabel III.17 Nilai <i>Outer Loading</i>	III-26
Tabel III.18 Nilai <i>Outer Loading</i> Setelah Dihapus	III-27
Tabel III.19 Nilai AVE Sebelum dan Sesudah.....	III-28
Tabel III.20 Nilai <i>Cross Loading</i>	III-29
Tabel III.21 Nilai Fornell-Larcker	III-29
Tabel III.22 Nilai VIF	III-30
Tabel III.23 Hasil <i>Path Coefficient</i>	III-31

Tabel III.24 Hasil <i>Total Effect</i>	III-32
Tabel III.25 Hasil <i>R Square</i>	III-33
Tabel III.25 Nilai Rata-Rata Griinch SaladBar dan Salad Bar X.....	III-35
Tabel IV.1 <i>Total Effects</i> dan <i>Performances</i>	IV-11
Tabel IV.2 Rekapitulasi Usulan Peningkatan Niat Beli.....	IV-26

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Penjualan Oktober 2020 – Februari 2021	I-3
Gambar I.2 Metodologi Penelitian	I-10
Gambar II.1 Contoh Model Jalur PLS-SEM	I-5
Gambar III.1 Model Penelitian Phan dan Mai (2016)	III-2
Gambar III.2 Model Penelitian Dewi dan Ardani (2018).....	III-3
Gambar III.3 Model Penelitian.....	III-7
Gambar III.4 Model Struktural Penelitian	III-24
Gambar III.5 Hasil Pengujian Model Struktural	III-34
Gambar IV.1 <i>Importance-Performance Map</i>	IV-12
Gambar IV.2 Menu <i>Crunchaus</i>	IV-14
Gambar IV.3 Usulan Konten Instagram Masukan Konsumen	IV-16
Gambar IV.4 Usulan Konten Instagram Pilihan Konsumen	IV-17
Gambar IV.5 Usulan <i>Template</i> Menu Pilihan Konsumen.....	IV-18
Gambar IV.6 Contoh SOP Pembuatan Pesanan	IV-19
Gambar IV.7 Contoh Konten Edukasi Kualitas Bahan	IV-20
Gambar IV.8 Tampilan Salad Griinch SaladBar Saat Ini	IV-21
Gambar IV.9 Usulan Penggunaan <i>Food Wrapping Paper</i>	IV-22
Gambar IV.10 Contoh Usulan Konten Edukasi Kualitas dan Manfaat	IV-24

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	A-1
LAMPIRAN B DATA KUESIONER.....	B-1

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Pada bab pendahuluan dibahas mengenai latar belakang dari masalah, identifikasi masalah dan perumusan masalah, penentuan batasan dan asumsi penelitian, manfaat dari dilakukannya penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Pada Maret 2020, terjadi pandemi COVID-19 di Indonesia yang menyebabkan munculnya berbagai kebijakan baru, mulai dari menjaga jarak hingga penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebijakan tersebut berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia dan menimbulkan efek domino seperti peningkatan pengangguran, penurunan ekonomi, dan penurunan kualitas hidup (Diskes Bali, 2020).

Di sisi lain, pesatnya perkembangan teknologi dan internet memunculkan adanya peluang usaha baru di tengah pandemi. Berdasarkan lembaga riset Nielsen dalam artikel Tirto.id (2019), 95% masyarakat Indonesia gemar mengonsumsi makanan siap saji dengan 58% diantaranya menggunakan layanan pesan antar untuk melakukan pesanan. Besarnya presentase tersebut memberikan peluang untuk membuka usaha baru di bidang makanan.

Menurut Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dalam artikel Merdeka (2020), penjualan produk makanan secara daring (dalam jaringan) selama pandemi meningkat sebesar 300%. Dilansir dalam artikel Kompas (2020), data GoogleTrend selama 12 bulan terakhir menunjukkan penelusuran terkait ide bisnis rumahan meningkat hingga 300% dan penelusuran terkait ide bisnis makanan meningkat hingga 250%. Industri makanan di Indonesia juga terus bertumbuh. Meskipun perekonomian Indonesia di tepi resesi, industri makanan mampu bertumbuh sebesar 3,9% pada kuartal pertama tahun 2020. Kontribusi industri makanan terhadap PDB manufaktur adalah 36,4%. (Warta Ekonomi, 2020).

Saat ini pengusaha tidak hanya fokus untuk menyediakan makanan enak, namun juga mengutamakan bahan makanan yang berkualitas dan sehat untuk konsumen (Kompas.com, 2020). Hal ini dikarenakan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan terus meningkat. Menurut General Manager dan PR Boga Group, Ellen Widodo dalam artikel Tempo.co (2019), data penjualan makanan sehat seperti salad dan jus terus meningkat setiap tahunnya. Ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang memilih makanan dan minuman yang lebih sehat.

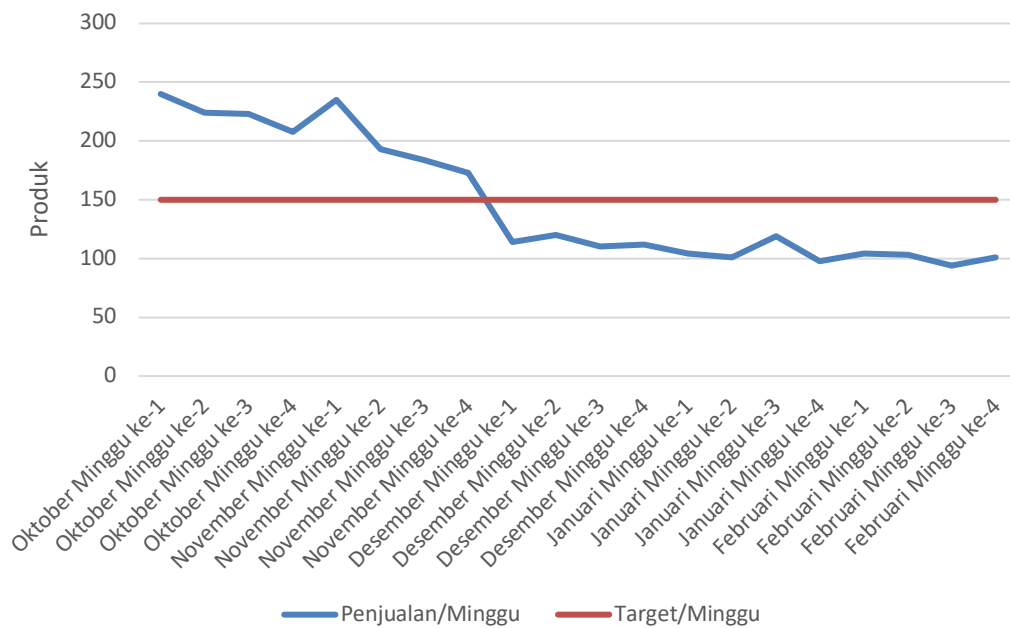
Pandemi Covid-19 juga meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi makanan sehat untuk memperkuat kekebalan tubuh dan hal tersebut menjadi gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Hasil penelitian Kantar pada Maret 2020 di Indonesia menunjukkan sebesar 90% responden mulai mencoba makan makanan sehat (Antara, 2020).

Semakin banyaknya masyarakat yang mulai mengonsumsi makanan sehat meningkatkan industri makanan di bidang makanan sehat. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis di bidang makanan sehat, maka pelaku usaha harus dapat untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat meningkatkan niat beli konsumen. Niat beli merupakan proses perilaku konsumen untuk mempunyai keinginan dalam membeli produk tertentu (Kotler dan Keller, 2012). Oleh karena itu, niat beli konsumen menjadi faktor penting dalam dunia bisnis. Meningkatnya niat beli akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian konsumen merupakan lima tahapan yang dilalui oleh konsumen yaitu mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller, 2012). Para pelaku usaha harus memahami faktor-faktor yang dapat menjadi pertimbangan konsumen saat mengambil keputusan konsumen. Dengan mengetahui faktor yang dapat berpengaruh berpengaruh terhadap keputusan pembelian, pelaku usaha dapat meningkatkan penjualannya.

Griinch SaladBar merupakan usaha industri makanan di Kota Malang yang menjual makanan sehat. Produk yang dijual merupakan berbagai macam varian salad. Usaha ini berdiri sejak Juli 2020 dan awalnya penjualan hanya dilakukan untuk kerabat dari pemilik. Kemudian karena ingin memperluas pasar, Griinch SaladBar menjual produknya dengan menggunakan aplikasi Instagram, Grab, Gojek, dan Whatsapp.

Berdasarkan informasi dari pemilik diketahui bahwa sejak Desember 2020 hingga bulan Maret 2021, Griinch SaladBar tidak pernah mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Penurunan omset penjualan ini menyebabkan profit dari Griinch SaladBar berkurang. Gambar I.1 merupakan grafik penjualan Griinch SaladBar pada bulan Oktober 2020 – Februari 2021.



Gambar I.1 Grafik Penjualan Oktober 2020 – Februari 2021

Berdasarkan permasalahan dan peluang yang ada, Griinch SaladBar perlu melakukan upaya perbaikan untuk meningkatkan niat beli konsumen. Peningkatan niat beli konsumen diharapkan dapat meningkatkan penjualan di Griinch SaladBar.

I.II Identifikasi dan Rumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi adalah tidak tercapainya target penjualan pada Griinch SaladBar. Target penjualan yang ditentukan adalah 25 produk/hari atau 150 produk/minggu. Penentuan target penjualan ditentukan sendiri oleh pemilik yang dihitung berdasarkan estimasi BEP untuk Griinch SaladBar. Berdasarkan grafik pada Gambar I.1 terlihat bahwa Griinch SaladBar pernah mencapai target dari minggu ke-1 hingga minggu ke-8. Hal tersebut menunjukkan bahwa Griinch SaladBar memiliki potensi untuk mencapai target penjualan

Di Kota Malang sendiri sudah terdapat beberapa usaha yang menjual produk serupa seperti Crunchaus, Greenly, Etherial Salad, Harvest Queen, Lowcal Kitchen, dan The Magic Salad. Banyaknya pesaing Griinch SaladBar tersebut menunjukkan bahwa produk salad bukan merupakan hal yang baru di Kota Malang. Tabel I.1 merupakan data perbandingan Griinch SaladBar dengan pesaing.

Tabel I.1 Perbandingan Griinch SaladBar dengan Pesaing

	Griinch	A	B	C	D	E	F
Followers Instagram*	445	219	1206	24300	18800	1794	5764
Target Penjualan (produk per hari**)	25	-	25	75-100	50-75	30-40	30-40
Metode Penjualan	Daring	Daring	Daring	Luring dan Daring	Luring dan Daring	Daring	Luring dan Daring
Variasi Produk	5	3	8	17	16	19	7
Harga Produk***	38k	38k	22k-29k	42k - 60k	34k - 65k	30k-70k	36,7k - 59,7k
Rating Gojek*	4,6	-	4,6	4,8	4,8	4,6	4,7
Rating Grab*	4,6	-	-	4,9	4,8	4,4	-
*Data per tanggal 24 Maret 2021							
**Data berdasarkan dugaan pemilik Griinch SaladBar dan pengamatan peneliti							
***Harga produk hanya terbatas untuk produk sejenis dan tidak termasuk pajak serta ongkos kirim							

Identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui apa yang menyebabkan terjadinya permasalahan tidak mencapai target. Hal yang pertama dilakukan adalah melakukan wawancara dengan pemilik. Saat ini pemilik mengaku tidak mengetahui secara pasti apa penyebab tidak tercapainya target penjualan. Dugaan pemilik terhadap adanya masalah tidak tercapainya target penjualan adalah variasi produk, harga produk serta pemasaran. Selain itu pemilik merasa jika niat beli di Griinch SaladBar masih rendah. Hal ini dikarenakan mayoritas konsumen yang membeli di Griinch SaladBar merupakan orang yang sama atau konsumen dengan pembelian berulang.

Griinch SaladBar memiliki tiga variasi produk yaitu Casesar Salat, Barbecue Salat, dan Griech Salat. Pemilik menduga bahwa salad yang memiliki banyak variasi dapat meningkatkan penjualan. Upaya perbaikan yang telah

dilakukan oleh pemilik adalah menambahkan varian menu baru yaitu Mr.Walty Salat Wrap dan Griinch Salat.

Pada faktor dugaan harga produk, pemilik merasa bahwa semakin murah maka harga maka dapat meningkatkan penjualan. Upaya perbaikan yang telah dilakukan oleh pemilik adalah membuat promosi melalui Grab, Gojek, dan promosi pada Instagram. Promosi yang dilakukan adalah memberi diskon pada *event* tertentu. Sebagai contoh, diskon sebesar 50% pada tanggal 12.12. Selain itu untuk mengatasi keluhan konsumen yang terbebani dengan adanya biaya pengiriman melalui Gojek dan Grab, Griinch SaladBar juga menerima pesanan dengan sistem *pick-up order*.

Upaya pemasaran yang telah dilakukan oleh Griinch SaladBar adalah melakukan promosi melalui *instagram ads* sesuai dengan target pasar, dan *endorse*. Penggunaan *Instagram ads* dapat meningkatkan penjualan pada periode tertentu, namun membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Oleh karena itu upaya pemasaran yang dilakukan dirasa pemilik kurang efektif dalam meningkatkan penjualan.

Kemudian dilakukan wawancara terhadap empat konsumen yang pernah membeli produk Griinch SaladBar. Wawancara kepada konsumen yang pernah membeli dilakukan untuk mengetahui apa yang disukai, apa yang tidak disukai, dan apakah pernah melakukan pembelian berulang dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2 Wawancara dengan Konsumen yang Pernah Membeli

No	Alasan Pertama Membeli	Like	Dislike	Pembelian Berulang
1	Tertarik mencoba makan sayur, rekomendasi dari orang lain katanya enak	Tidak suka sayur namun suka salad dari Griinch	Rasa yang inkonsisten, <i>wrap</i> salad sering lepas	Pernah
2	Salad masih jarang di Kota Malang waktu itu	Porsi besar, akses yang mudah untuk pemesanan, <i>ads</i> instagram sering muncul	<i>Dressing salad</i> kurang banyak, pilihan rasa yang ditawarkan standard, kurang variasi produk	Pernah
3	<i>Salad wrap</i> pertama di Malang yang memiliki harga terjangkau	Bersih, rapi, cepat, enak, sehat, harga terjangkau	Tidak ada	Pernah
4	Suka makan salad, harga relatif lebih murah dibandingkan kompetitor	Segar, enak, harga kompetitif	Tidak ada	Pernah

Wawancara juga dilakukan terhadap empat konsumen yang belum pernah membeli produk Griinch SaladBar. Hal ini untuk mengetahui penyebab mereka tidak membeli salad di Griinch SaladBar dapat dilihat pada Tabel I.3

Tabel I.3 Wawancara dengan Konsumen yang Belum Pernah Membeli

No	Alasan Tidak Membeli
1	Ongkos kirim yang mahal
2	Harga produk mahal
3	Kurang suka sayur
4	Kurang suka sayur

Wawancara dengan pelanggan potensial dilakukan agar mengetahui faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen saat membeli salad. Wawancara dilakukan kepada 26 konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, 84,6% (22 dari 26) konsumen mengetahui Griinch SaladBar dan 42,3% (11 dari 26) pernah membeli salad di Griinch SaladBar. Dari hasil wawancara ditemukan 10 faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli salad. Berikut merupakan tabel rekapitulasi hasil wawancara.

Tabel I.4 Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Membeli Salad

No	Faktor	Frekuensi Konsumen
1	Harga	16
2	Rasa	14
3	Promo	12
4	Rekomendasi	9
5	Ongkos kirim	8
6	Merk	8
7	Varian Salad	7
8	Pengalaman	5
9	Tampilan	2
10	Keinginan Pribadi	1

Berdasarkan Tabel I.4 diketahui bahwa harga merupakan faktor yang paling dipertimbangkan oleh responden dalam membeli salad. Hal ini disebabkan karena seseorang membeli sesuatu menyesuaikan keadaan finansial yang dimiliki konsumen. Pertimbangan rasa cenderung relatif karena preferensi masing-masing individu terhadap cita rasa bisa berbeda. Faktor rekomendasi juga banyak dipertimbangkan karena kepercayaan responden terhadap orang lain.

Rekomendasi bisa berasal dari teman, keluarga, *influencer*, dan yang lainnya. Sedangkan untuk promo dan ongkos kirim berkaitan dengan harga dari produk sehingga cukup dipertimbangkan oleh responden. Varian merupakan faktor pribadi karena masing-masing individu dapat memilih variasi produk yang berbeda. Sedangkan tampilan dan keinginan memiliki frekuensi paling sedikit karena tidak terlalu memberikan nilai tambah pada pembelian salad.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pernah dilakukan. Phan dan Mai (2020) pernah meneliti mengenai pengaruh *health consciousness*, *perceived value*, *food safety*, dan *price* terhadap niat beli konsumen pada makanan *fast food* di Vietnam. Dewi dan Ardani (2018) pernah meneliti mengenai pengaruh WOM dan *brand image* terhadap niat beli konsumen pada produk makanan Mie Samyang di Denpasar.

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi niat konsumen untuk membeli salad. Upaya yang telah dilakukan oleh pemilik saat ini hanya berfokus pada variasi produk dan promosi yang berkaitan dengan harga produk. Meskipun upaya telah dilakukan, masalah tidak tercapainya target penjualan masih ada. Adanya identifikasi faktor yang dipertimbangkan konsumen dapat membantu Griinch SaladBar dalam merancang upaya perbaikan yang lebih tepat. Oleh karena itu, disusunlah rumusan masalah sebagai berikut.

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli konsumen dalam membeli salad?
2. Bagaimana usulan perbaikan yang tepat untuk meningkatkan niat beli konsumen di Griinch SaladBar?

I.III Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada tahap ini ditentukan batasan masalah serta asumsi untuk penelitian yang sedang berlangsung. Batasan masalah digunakan untuk menentukan ruang lingkup penelitian sehingga memudahkan penelitian. Berikut merupakan batasan dari penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian hanya dilakukan untuk konsumen yang pernah melakukan pembelian salad.
2. Penelitian dilakukan hingga tahap pemberian usulan perbaikan untuk Griinch SaladBar.

Terdapat asumsi yang digunakan dalam penelitian. Penggunaan asumsi bertujuan untuk menjadi dasar berpikir awal sehingga dapat memulai penelitian. Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kondisi Griinch SaladBar tidak mengalami perubahan selama penelitian berlangsung sehingga tidak mempengaruhi metode dan hasil penelitian.

I.IV Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah tersebut, maka disusunlah tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen dalam membeli salad.
2. Mengusulkan perbaikan yang tepat untuk meningkatkan niat beli konsumen di Griinch SaladBar

I.V Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat penelitian dari sisi pemilik usaha Griinch SaladBar.

1. Dapat menentukan faktor apa saja yang mempengaruhi niat konsumen dalam membeli salad di Griinch SaladBar.
2. Dapat menerima usulan perbaikan yang mampu meningkatkan niat beli konsumen di Griinch SaladBar.

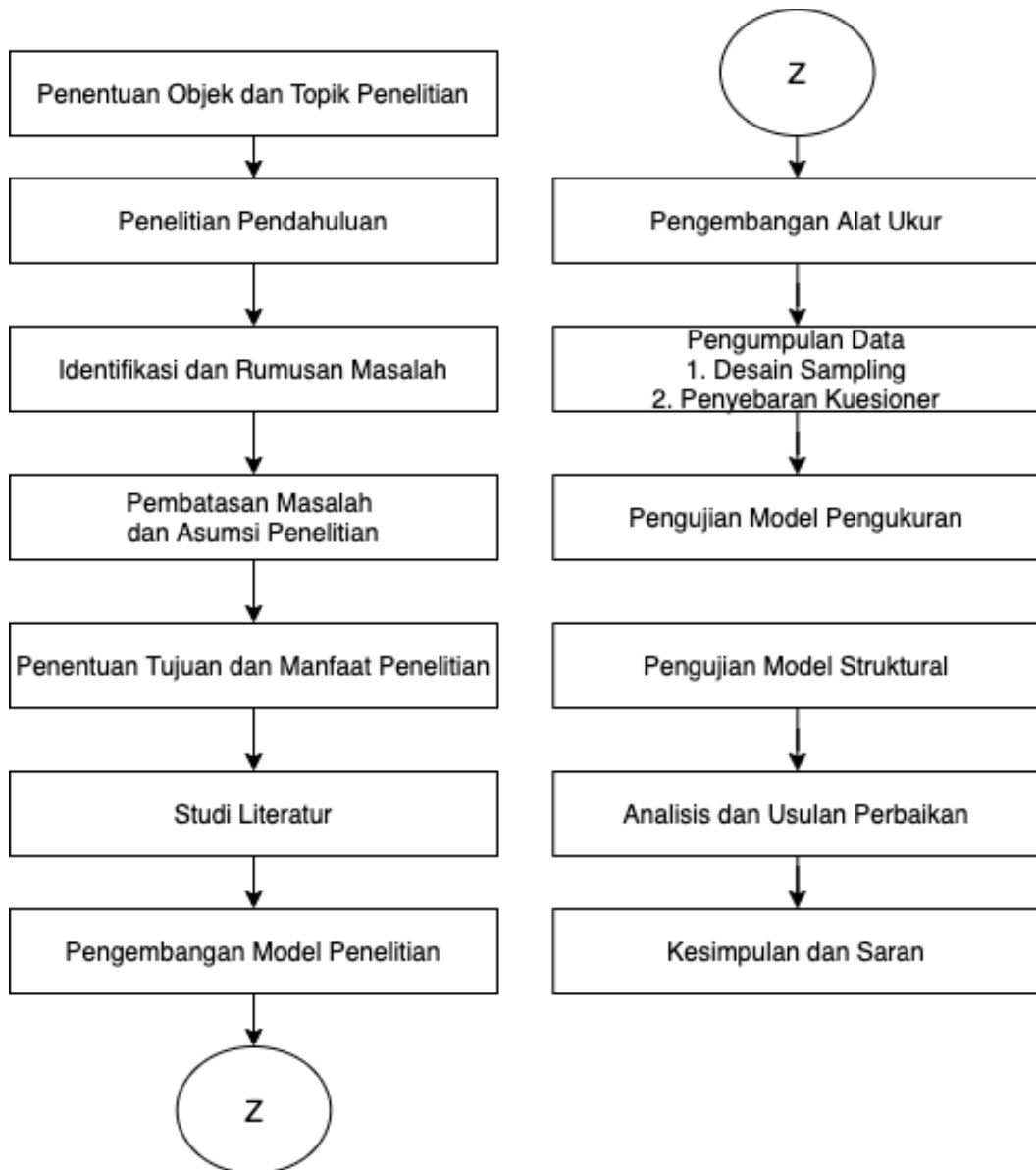
Dari sisi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menerapkan ilmu teknik industri yang telah didapatkan di kuliah dalam dunia nyata. Sedangkan dari sisi pembaca, penelitian ini dapat memberikan wawasan tambahan untuk penelitian serupa.

I.VI Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan tahapan untuk menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Gambar 1.2 menunjukkan *flowchart* dari proses penelitian. Berikut adalah tahapan dari metode penelitian yang dilakukan pada Griinch SaladBar.

1. **Penentuan Objek Penelitian dan Topik Penelitian**
Pada tahap ini dilakukan penentuan objek penelitian dan dicari permasalahan yang terjadi pada objek tersebut.
2. **Penelitian Pendahuluan**
Pada tahap penelitian pendahuluan akan dilakukan observasi terhadap masalah yang terjadi pada objek penelitian. Kemudian akan dilakukan wawancara dengan pemilik usaha Griinch SaladBar. Tujuan dari penelitian pendahuluan adalah untuk memberi gambaran mengenai masalah yang diteliti.
3. **Identifikasi dan Rumusan Masalah**
Tahap ini dilakukan untuk mengetahui penyebab dari terjadinya masalah pada Griinch SaladBar. Kemudian dilakukan pembuatan rumusan masalah yang mencakup tujuan dilakukannya penelitian.
4. **Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian**
Batasan dan asumsi penelitian digunakan untuk membantu proses penelitian lebih terfokus pada ruang lingkup tertentu. Ruang lingkup yang jelas diperlukan untuk menghasilkan hasil usulan yang spesifik terhadap masalah yang diteliti.
5. **Penentuan Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**
Tujuan penelitian ditentukan berdasarkan identifikasi masalah dan digunakan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah. Manfaat penelitian akan menggambarkan dampak yang didapat dari dilakukannya penelitian.
6. **Studi Literatur**
Pada tahap ini dilakukan pencarian literatur yang membantu penelitian. Pembelajaran dan pemahaman literatur diperlukan agar proses pengolahan data dapat dilakukan dengan tepat. Studi literatur akan dilakukan dengan memahami teori ilmiah dari berbagai sumber seperti buku, artikel, jurnal, dan internet.
7. **Pengembangan Model Penelitian**
Tahap ini diawali dengan penentuan model penelitian yang didapatkan dari penelitian serupa yang pernah dilakukan oleh orang lain. Pengembangan dari model penelitian yang sudah ada akan dilakukan untuk menyesuaikan model yang digunakan dengan penelitian yang

sedang dilakukan. Berdasarkan model tersebut akan dilakukan pengembangan hipotesis penelitian dan pengelompokan variabel serta atribut pengukuran yang akan digunakan untuk tahap pengumpulan data.



Gambar 1.2 Metodologi Penelitian

8. Pengembangan Alat Ukur

Setelah dilakukan pengembangan hipotesis, dilakukan operasionalisasi variabel dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Dari operasionalisasi variabel tersebut, dilakukan penentuan atribut pengukuran dan merubah atribut menjadi pertanyaan kuesioner. Setelah

itu dilakukan *pre-test* terlebih dahulu terhadap kuesioner yang akan disebar, dan dilakukan revisi atribut berdasarkan hasil *pre-test*.

9. Pengumpulan Data

Pengumpulan data akan dilakukan dengan menentukan *desain sampling* terlebih dahulu. Setelah itu dilakukan penyebaran kuesioner kepada target pasar dari Griinch SaladBar dan pernah membeli salad. Hasil kuesioner akan digunakan untuk pengujian model pengukuran.

10. Pengujian Model Pengukuran

Pengujian model pengukuran merupakan tahap awal dari penelitian dengan metode PLS-SEM. Tahap ini dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas dari hasil kuesioner sebagai alat ukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan pengukuran menggunakan *convergent validity* dan *discriminant validity*. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran telah konsisten menggunakan *internal consistency reliability*. Jika data valid dan reliabel maka penelitian dapat dilanjutkan pengujian model struktural.

11. Pengujian Model Struktural

Pada pengujian model struktural akan digunakan uji hipotesis untuk mengukur variabel yang telah ditentukan. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan dari setiap variabel terhadap niat beli di Griinch SaladBar. Hasil pengujian model struktural akan menjawab rumusan masalah dari penelitian yang dilakukan.

12. Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada tahap ini dilakukan analisis berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Penentuan prioritas faktor untuk usulan perbaikan dilakukan dengan menggunakan IPMA. Penentuan usulan perbaikan akan melibatkan pemilik Griinch SaladBar sehingga usulan yang diberikan dapat dipertimbangkan oleh Griinch SaladBar dalam upaya meningkatkan niat beli. Jika terdapat usulan yang tidak sesuai atau kurang *feasible* akan dilakukan analisis lebih dalam hingga usulan yang diberikan dapat diterapkan di Griinch SaladBar.

13. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan akan berisi hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah. Saran akan berisi hal yang dapat diperbaiki untuk penelitian selanjutnya dan hal yang perlu diperhatikan oleh pemilik masalah.

I.VII Sistematika Penulisan

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai sistematika penulisan dari penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan akan menjelaskan tahapan penulisan penelitian yang terbagi menjadi lima bab. Kelima bab tersebut adalah pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis, serta kesimpulan dan saran.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Pada bab pendahuluan dibahas mengenai latar belakang dari masalah, identifikasi masalah dan perumusan masalah, penentuan batasan dan asumsi peneltiian, manfaat dari dilakukannya penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan penjelasan dasar teori dan studi literatur yang digunakan sebagai dasar selama penelitian berlangsung. Teori yang dibahas mencakup keputusan pembelian, niat beli konsumen, perilaku konsumen, dan model penelitian. Sumber tinjuan pustaka berasal dari berbagai sumber seperti buku, internet, artikel atau surat kabar, dan jurnal penelitian.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini akan menjelaskan mengenai proses pengumpulan data yang dilakukan selama penelitian serta pengolahan data yang dilakukan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang telah disusun. Hasil kuesioner akan diolah menggunakan metode PLS-SEM dengan pengujian model pengukuran dan struktural.

BAB IV ANALISIS

Bab ini akan menganalisis hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Dari hasil analisis dapat ditentukan usulan perbaikan yang tepat untuk meningkatkan niat beli konsumen di Griinch SaladBar.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dari hasil penelitian akan menjawab rumusan masalah. Saran yang diberikan bertujuan untuk menjadi pertimbangan untuk perbaikan di Griinch SaladBar dan penelitian selanjutnya.