

UPAYA PENINGKATAN NIAT BELI ULANG PADA RUMAH MAKAN SEHATI

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Yohana Keyne Amanda
NPM : 2017610154



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Yohana Keyne Amanda
NPM : 2017610154
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : UPAYA PENINGKATAN NIAT BELI ULANG PADA RUMAH
MAKAN SEHATI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, September 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 : Yohana Keyne Amanda

NPM : 2017610154

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“UPAYA PENINGKATAN NIAT BELI ULANG PADA RUMAH MAKAN SEHATI”

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 11 Agustus 2021

Yohana Keyne Amanda
2017610154

ABSTRAK

Perkembangan industri makanan dan minuman, terlebih di masa pandemi di Bandung meningkat. Termasuk Rumah Makan Sehati yang merupakan rumah makan *chinese* dan *seafood* yang merupakan rumah makan di daerah Sukamenak, Bandung, Sejak berdiri dari tahun 2019 penjualan dikatakan naik secara konstan namun di awal tahun 2020 penjualan mulai menurun. Penurunan pendapatan yang terjadi tersebut berbanding lurus terhadap penurunan jumlah penjualan sehingga perlu dilakukan perbakuan untuk mengatasi penurunan yang terjadi tersebut.

Penelitian yang dilakukan dimulai dengan penentuan variabel dan atribut yang diduga memiliki pengaruh pada niat beli ulang konsumen di rumah makan dengan berdasar kepada penelitian sebelumnya yang serupa. Kemudian penyusunan dan penyebaran kuesioner dilakukan terhadap konsumen yang pernah mengunjungi Rumah Makan Sehati, Didapatkan 83 sampel yang selanjutnya akan dilakukan pengujian variabel dengan metode PLS-SEM untuk model pengukuran maupun model struktural. Persepsi konsumen terhadap variabel yang ada serta niat beli ulangnya dilakukan dengan cara menghitung rata-rata dari setiap variabel yang ada.

Pada metode yang digunakan diuji validitas dan reliabilitasnya, setelah penghilangan indikator, model dinyatakan valid dan *reliable*. Selanjutnya dilakukan uji signifikansi yang dilihat dari nilai *p-value* untuk mengetahui variabel apa saja yang memiliki pengaruh pada niat beli ulang di Rumah Makan Sehati. Berdasarkan analisis *path coefficient*, *total effect* dan uji signifikansi, variabel yang berpengaruh adalah makanan, harga dan nilai, kenyamanan dan suasana serta kepuasan pelanggan. Terdapat 8 usulan yang diberikan kepada pihak rumah makan.

ABSTRACT

The growth of the food and beverage industry, especially during the pandemic in Bandung, is increasing. Including the Sehati Restaurant which is a Chinese and Seafood Restaurant in Sukamenak, Bandung. Since its establishment in 2019, sales are said to have increased steadily but in early 2020 sales began to decline. The decrease in revenue that occurred was directly proportional to the decrease in the number of sales so that improvements were needed to overcome the decline that occurred.

The research started by determining the variables and attributes that are thought to have an influence on consumers' repurchase intentions at restaurants based on similar previous studies. Then the preparation and distribution of questionnaires was carried out on consumers who had visited Sehati Restaurant. 83 samples were obtained which would then be tested for variables using the PLS-SEM method for measurement models and structural models. Consumers' perceptions of existing variables and their repurchase intentions are carried out by calculating the average of each of the existing variables.

The method used is tested for validity and reliability, after removing the indicators, the model is declared valid and reliable. Furthermore, a significant test was carried out which was seen from the p-value to find out what variables had an influence on repurchase intentions at Sehati Restaurant. Based on path coefficient analysis, total effect and significance test, the influential variables are food, price and value, comfort and atmosphere and customer satisfaction. There are 8 proposals given to the restaurant.

KATA PENGANTAR

Puji syukur pertama dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya yang selalu menyertai dari awal penyusunan skripsi dengan judul “ Upaya Peningkatan Niat Beli Ulang di Rumah Makan Sehati “ sehingga skripsi untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri dapat terselesaikan tepat waktu dan memberikan hasil yang baik.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan juga dukungan dari beberapa pihak. Maka penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan saran, masukan dan bimbingannya kepada penulis selama proses penyusunan dan penulisan skripsi berlangsung.
2. Bapak Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Bapak Fran Setiawan, S.T., M.Sc. selaku dosen penguji proposal yang sudah memberikan kritik dan saran dalam penyusunan proposal skripsi.
3. Bapak Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Bapak Dedy Suryadi, S.T, M.S., Ph.D. selaku dosen penguji skripsi yang sudah memberikan kritik dan saran dalam penyusunan keseluruhan laporan skripsi.
4. Kepada pemilik Rumah Makan Sehati yang telah mengijinkan penulis dan memberi kesempatan untuk menjadikan rumah makan ini sebagai objek penelitian.
5. Orang tua dan kakak juga keluarga terdekat yang selalu memberikan semangat serta dukungan moral dan material bagi penulis.
6. Rana, Filencia, Felita dan Tania sebagai teman dengan topik skripsi yang sama dan sealalu bertukar pikiran, diskusi, mendengar keluh kesah dan memberikan dukungan baik dalam proses penulisan skripsi maupun selama masa perkuliahan.
7. Claudia, Brigitta, Tassya, Ivan, Jose, Tiber, Michielle, Amara, Evelyn, Dhira, Ivo, Michielle, Shania, Stella, Jonathan selaku teman-teman terdekat selama perkuliahan yang menjadi teman bertukar pikiran, selalu menghibur,

mendengar keluh kesah, dan memberi dukungan baik selama proses penyusunan skripsi maupun selama masa perkuliahan.

8. Teman-teman di luar Teknik Industri dan menjadi teman terdekat sejak SMA seperti Devina, Venny, Sharon, Bunga, Sherlen, Sisca, Karin, Echa, Angel, Yoga, Victor, Adit, Joshua yang telah berbagi cerita dan berbagi kebersamaan selama proses perkuliahan serta selalu memberi semangat selama proses pembuatan skripsi berlangsung.
9. Renaldo sebagai pacar penulis yang selalu menemani dan siap membantu dalam segala kondisi selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
10. Uke, Abet, Alban, Andre, Daniel, Toi, Erwin, Jeffry, Matthew, Sandra dan teman-teman Teknik Industri UNPAR 2017 lainnya yang bersama-sama selama 4 tahun proses perkuliahan.
11. Teman-teman Teknik Industri UNPAR 2017 yang telah berproses bersama dari awal memasuki perkuliahan.
12. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan seluruhnya satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Penulis sangat terbuka dan menerima segala bentuk kritik juga sadar yang dapat membangun dan mengembangkan kemampuan penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak dan penelitian selanjutnya.

Bandung, 12 Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-2
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-8
I.4 Tujuan Penelitian	I-8
I.5 Manfaat Penelitian	I-8
I.6 Metodologi Penelitian	I-9
I.7 Sistematika Penulisan	I-12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Pengertian Rumah Makan.....	II-1
II. 2 Definisi Perilaku Konsumen.....	II-1
II.3 Niat Beli Ulang	II-2
II.4 Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang	II-3
II.5 Teknik <i>Sampling</i>	II-4
II.6 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	II-5
II.7 PLS-SEM	II-5
II.7.1 Prosedur Sistematis PLS-SEM	II-6
II.7.2 Evaluasi Model PLS-SEM	II-6
II.7.3 Jumlah Sampel.....	II-9
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Pengembangan Model Penelitian	III-1
III.2 Pengembangan Alat Ukur	III-10
III.3 Pengumpulan Data	III-13

III.4	Pengolahan Data.....	III-14
III.4.1	Profil Responden.....	III-14
III.4.2	Evaluasi Model Penelitian.....	III-17
III.4.3	Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	III-27
III.5	Niat Beli Ulang pada Rumah Makan Sehati	III-30
BAB IV ANALISIS.....		IV-1
IV.1	Analisis Pengembangan Model dan Alat Ukur	IV-1
IV.2	Analisis Pengumpulan Data.....	IV-2
IV.3	Analisis Profil Responden	IV-2
IV.4	Analisis Keluaran PLS SEM.....	IV-3
IV.5	Rancangan Usulan Perbaikan	IV-7
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran	V-2
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN A		
RIWAYAT HIDUP PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang Menurut Responden	I-7
Tabel III.1 Definisi Berdasarkan Beberapa Model Referensi	III-1
Tabel III.2 Tabel Definisi Operasional Konstruk dan Operasionalisasi.....	III-6
Tabel III.3 Variabel dan Atribut Pengukuran	III-7
Tabel III.4 Hasil <i>Pre-Test</i>	III-13
Tabel III.5 Profil Responden	III-15
Tabel III.6 Hasil Uji Homogenitas Usia Responden	III-15
Tabel III.7 Hasil Uji Homogenitas Waktu Terakhir Kali Mengunjungi Rumah Makan Sehati.....	III-16
Tabel III.8 Hasil Uji Homogenitas Kendaraan yang Dipakai Saat Mengunjungi Rumah Makan Sehati	III-16
Tabel III.9 Hasil Uji Homogenitas Dengan Siapa Berkunjung ke Rumah Makan Sehati.....	III-17
Tabel III.10 Uji Homogenitas Pengeluaran yang Dhabiskan untuk Makan / Orang	III-17
Tabel III.11 Variabel dan Indikator pada Model Penelitian	III-18
Tabel III.12 Nilai Cronbach's Alpha dan <i>Composite Reliability</i> Awal	III-20
Tabel III.13 <i>Outer Loading</i> Awal	III-21
Tabel III.14 Nilai AVE Awal	III-22
Tabel III.15 Nilai <i>Cross Loading</i> Awal.....	III-22
Tabel III.16 Kriteria Fornell-Lacker	III-23
Tabel III.17 Nilai Cronbach's Alpha dan <i>Composite Reliability</i> Awal	III-24
Tabel III.18 Nilai <i>Outer Loading</i> Setelah Penghilangan Indikator	III-24
Tabel III.19 Nilai AVE Setelah Penghilang Indikator	III-25
Tabel III.20 Nilai <i>Cross Loading</i> Setelah Penghilangan Indikator.....	III-26
Tabel III.21 Kriteria Fornell-Lacker	III-27
Tabel III.22 Nilai VIF.....	III-27
Tabel III.23 Nilai <i>Path Coefficient</i>	III-28
Tabel III.24 Total <i>Effect</i>	III-28
Tabel III.25 Nilai Signifikansi dalam Model Struktural	III-29
Tabel III.26 Nilai R ²	III-30

Tabel III.27 Rata-Rata Indikator dan Variabel	III-31
Tabel IV.1 Keadaan Sekarang dan Usulan yang Diberikan	IV-11

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Tren Pendapatan Rumah Makan Sehati 2019-2021 Sebelum Pandemi.....	I-3
Gambar I.2 Grafik Tren Pendapatan Rumah Makan Sehati 2019-2020 Setelah Pandemi.....	I-3
Gambar I.3 Model Penelitian Liu & Tse (2018).....	I-7
Gambar I.4 Metodologi Penelitian	I-11
Gambar II.1 Model Jalur PLS-SEM	II-6
Gambar II.2 <i>Formative Measurement Model</i>	II-7
Gambar II.3 <i>Reflective Measurement Model</i>	II-7
Gambar III.1 Model Niat Beli Ulang	III-5
Gambar III.2 Contoh Kuesioner Profil Reponden.....	III-11
Gambar III.3 Contoh Kuesioner Penilaian Atribut Makanan	III-12
Gambar III.4 Model Penelitian PLS	III-18
Gambar III.5 Model Setelah Hasil Pengujian	III-30
Gambar IV.1 <i>Importance-Performance Map</i>	IV-7
Gambar IV.2 Kondisi Lahan Parkir Rumah Makan Sehati Sekarang	IV-8
Gambar IV.3 Kondisi Tembok Rumah Makan Sehati Saat Ini.....	IV-10

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	A-1
---------------------------------------	-----

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang dari penelitian yang dilakukan terhadap Rumah Makan *Chinese* dan *Seafood* Sehati. Selain latar belakang akan dijelaskan pula identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan yang terakhir adalah sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Siregar (2020) yang dimuat dalam wartaekonomi.co.id, bisnis makanan dan minuman diperkirakan akan terus berkembang positif pada tahun 2021, seperti yang dikatakan Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian Abdul Rochim, sektor ini akan terus tumbuh dengan angka pertumbuhan sebesar 30%. Dalam artikel tersebut juga dikatakan bahwa sektor ini adalah salah satu sektor yang masih mampu tumbuh positif di tengah situasi pandemi saat ini.

Menurut Andriani (2020) yang dimuat dalam traveling.bisnis.com, perkembangan dunia kuliner di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat dan dikarenakan adanya situasi pandemi ini banyak orang yang beralih profesi untuk menjalankan usaha kuliner. Seperti yang dikatakan plt. Direktur Industri Kreatif Fesyen Desain dan Kuliner Kemenparekraf/Baparekraf, Imam Wuryanto, saat ini kuliner telah menjadi bagian penting dalam gaya hidup masyarakat dan hampir semua orang menyukai berbagai jenis makanan dan minuman.

Perkembangan dunia kuliner di Indonesia yang mengalami peningkatan ini menyebabkan pengusaha di bidang industri makanan dan minuman ini tumbuh semakin pesat. Para pengusaha pun menjadi ikut ambil bagian menekuni usaha kuliner dan harus siap bersaing dengan kompetitor yang sudah ada sebelumnya. Dengan persaingan yang tinggi berarti rumah makan harus memiliki perencanaan yang baik/ strategi yang baik supaya tetap dapat bersaing di dunia industri yang persaingannya ketat. Untuk menjaga penjualan maka perlu dipahami faktor-faktor

apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di rumah makan. Menurut Hellier et al (2003) niat beli ulang diartikan sebagai penilaian seseorang perihal membeli lagi layanan yang berada di perusahaan yang sama, dengan mempertimbangkan segala situasi dan keadaan yang memungkinkan sehingga jika penulis dapat memahami niat beli ulang dengan baik, maka penulis dapat memberikan usulan yang baik agar rumah makan dapat *survive* di persaingan dunia kuliner yang tinggi.

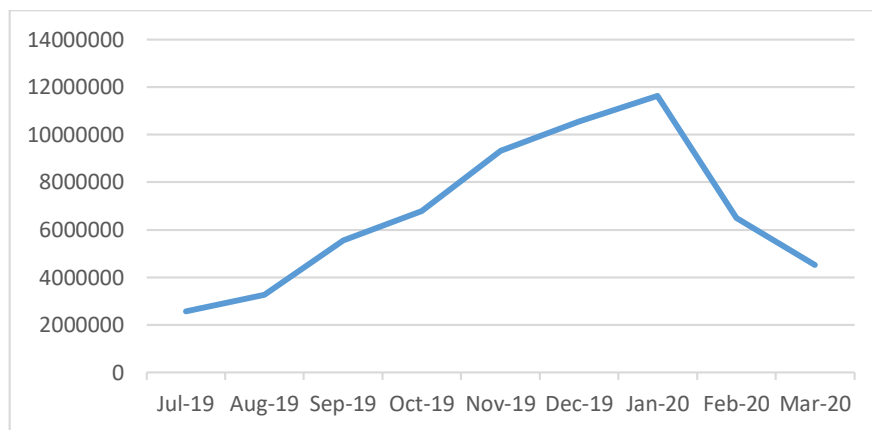
Bandung adalah salah satu kota di Indonesia yang terkenal akan sektor kulinernya. Salah satu jenis usaha kuliner yang banyak di Bandung adalah rumah makan *chinese food* dan *seafood*. Salah satu rumah yang ada di Bandung adalah Rumah Makan Sehati yang bergerak di bidang *chinese dan seafood* yang terletak di Sukamenak, Bandung. Rumah makan Sehati akan dijadikan sebagai objek penelitian kali ini. Rumah Makan Sehati sudah berdiri sejak bulan Juli 2019. Rumah makan ini menjual beraneka ragam jenis makanan seperti nasi goreng, mie goreng, kwetiauw, berbagai jenis udang, ikan, cumi dan lain-lain. Selain makanan rumah makan ini juga memiliki menu minuman yang beraneka ragam dari aneka jus, es pisang hijau hingga ronde jahe. Di Bandung rumah makan *chinese* dan *seafood* sangat banyak, dan banyak juga rumah makan jenis yang lain sehingga persaingan rumah makan di Bandung sangat ketat sehingga penting untuk rumah makan ini memahami bagaimana cara meningkatkan niat beli ulang konsumen.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Sejak awal buka rumah makan ini mengalami kenaikan pendapatan tetapi selang beberapa bulan mengalami penurunan dan adanya pandemi membuat Rumah Makan Sehati mengalami penurunan pendapatan per harinya bahkan pemilik mengatakan ada sehari penuh dimana tidak ada konsumen yang datang ataupun membeli menggunakan aplikasi *online*. Data penjualan dapat dilihat pada Gambar I.1.

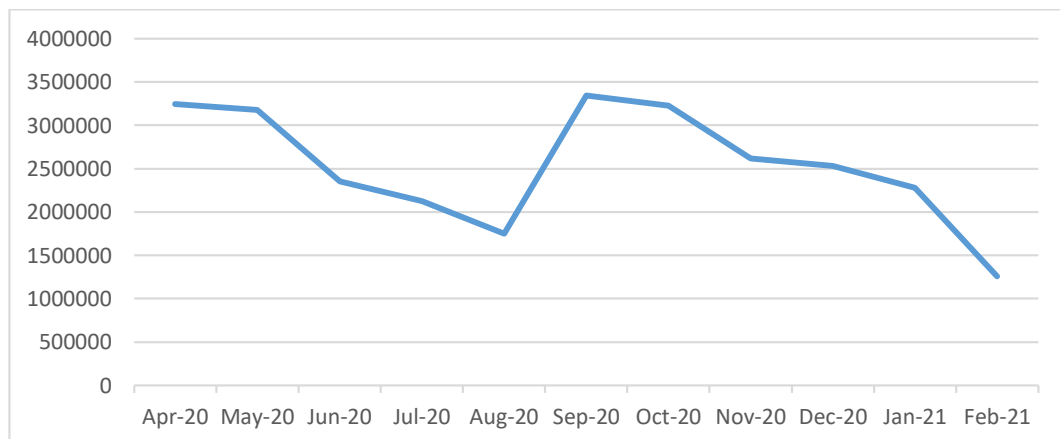
Dapat dilihat dari grafik bahwa adanya kenaikan pendapatan setelah bulan September 2019 di mana rumah makan ini mulai memakai aplikasi *online* dan puncaknya di akhir tahun 2019 tetapi di awal tahun 2020 terjadi penurunan pendapatan secara signifikan. Terjadi penurunan pendapatan juga secara drastis dari bulan Maret 2020 di mana pandemi mulai memarak kasusnya. Tetapi dari

sebelum adanya pandemi penurunan pendapatan juga sudah terjadi sejak Desember 2019 yang dapat dilihat pada Gambar I.1. Pemilik merasa tidak puas karena penjualan yang terus menurun per bulannya dikarenakan target yang dimiliki adalah sebesar 10 juta sedangkan perbulannya Rumah Makan Sehati ini hanya mendapatkan 5-7 juta per bulannya. Dimana rumah makan ini mengalami kerugian sebesar 40-50 % dan berdampak Rumah Makan Sehati ini mengalami kerugian saat menggaji karyawannya.



Gambar I.1 Grafik Tren Pendapatan Rumah Makan Sehati 2019-2021 Sebelum Pandemi

Setelah masa pandemi mulai muncul pendapatan juga tetap mengalami penurunan, tetapi di awal bulan September mengalami kenaikan karena pemilik yang mulai menggunakan aplikasi *order* makanan lewat aplikasi *online* seperti *GoFood* dan *GrabFood*. Tren pendapatan dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar I.2 Grafik Tren Pendapatan Rumah Makan Sehati 2019-2020 Setelah Pandemi
Apabila dibandingkan dengan pesaing yang memiliki usaha kuliner serupa dengan Rumah Makan Sehati, setelah dilakukan observasi ke tempatnya

secara langsung pada bulan Februari hingga Maret terdapat perbedaan dari tingkat intensitas kunjungan pelanggan pada masa pandemi ini. Tingkat intensitas konsumen berkunjung ke rumah makan pesaing lain 60% lebih banyak dibandingkan yang memilih untuk berkunjung ke Rumah Makan Sehati. Salah satu rumah makan pesaing tersebut adalah Rumah Makan Wulandari *Chinese* dan *Seafood* yang terletak tidak jauh dari Rumah Makan Sehati dan memiliki tingkat intensitas kunjungan pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan dengan Rumah Makan Sehati. Menurut konsumen rumah makan pesaing tersebut memiliki keunggulan berupa sudah terdaftar pada alat pencarian seperti Google. Hal tersebut dapat memudahkan rumah makan pesaing untuk ditemukan oleh pelanggan, sedangkan Rumah Makan Sehati saat ini hanya terdaftar pada aplikasi *online* saja.

Rumah Makan Sehati ini mengalami penurunan secara signifikan. Meskipun rumah makan ini sudah berjalan hampir dua tahun yaitu dari bulan Juli 2019 hingga saat ini. Banyaknya rumah makan yang sejenis juga dapat meningkatkan persaingan sehingga konsumen yang biasanya berlangganan pada Rumah Makan Sehati bisa berpindah ke rumah makan pesaing lain. Menurut Gibson (2005) loyalitas pelanggan adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan. Menurut Fauzia, Relawati dan Ningsih (2020) faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah produk, harga, pelayanan, tempat serta kepuasan konsumennya. Berdasarkan wawancara kepada pemilik dan juga observasi yang dilakukan ada sekitar 5 rumah makan yang sejenis berlokasi di daerah dekat dengan Rumah Makan Sehati yang berdiri sebelum Rumah Makan Sehati ini ada dan 5 rumah makan baru yang ada setelah Rumah Makan Sehati. Ada yang menjual hanya *chinese food* atau *seafood* dan keduanya seperti Rumah Makan Sehati. Ini adalah salah satu penyebab *trend* pendapatan dari Rumah Makan Sehati mengalami penurunan dan berdampak Rumah Makan Sehati mengalami kerugian untuk menggaji pegawai dan menambah upaya untuk promosi.

Untuk mengetahui penyebab masalah yang dialami Rumah Makan *Chinese* dan *Seafood* Sehati dilakukan wawancara juga observasi terhadap pemilik dan juga terhadap 22 orang konsumen yang sering membeli makanan secara *offline*. Dalam wawancara ditanyakan beberapa pertanyaan seperti lebih sering konsumen membeli makanan secara *online* / *offline*, apakah ini kunjungan

pertama atau sudah beberapa kali, apa pengalaman terakhir saat membeli makanan di Rumah Makan Sehati dan akankah konsumen akan kembali lagi untuk membeli makanan dari Rumah Makan Sehati. Dari hasil wawancara kepada pemilik dari rumah makan ini terdapat beberapa hal yang menyebabkan konsumen lebih memilih untuk membeli makanan di rumah makan *chinese* dan *seafood* Sehati ini secara daring atau *online* yaitu pemasaran hanya melalui aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*, saingan yang banyak, dan pemilik belum cukup mengetahui cara yang lebih efektif untuk mempromosikan rumah makan ini.

Karena ada pandemi dimana perbelanjaan sudah mulai serba *online* maka pemilik memutuskan untuk mulai memakai aplikasi *online* untuk membantu meningkatkan pendapatan. Sebelum pandemi pemilik tidak mengetahui penyebab pasti yang membuat penurunan pendapatan dari Rumah Makan Sehati ini. Tetapi pemilik sudah memiliki upaya untuk meningkatkan pendapatannya bentuk upaya pemasaran yang dilakukan pemilik yaitu melakukan promo potongan harga pada *GrabFood* dan *GoFood* sejak pertama memakai aplikasi *online* ini yaitu sejak bulan September 2019. Upaya pemasaran ini memiliki kelemahan di mana harga pada aplikasi *online* menjadi lebih mahal dari harga jika membeli langsung di tempat, dan jika ada pesanan pemilik tidak langsung menerima pesanan tersebut maka beberapa menit pesanan itu akan menjadi batal. Selain itu bentuk upaya pemasaran yang dilakukan pada rumah makan ini adalah jika membeli minimal 3 porsi makanan akan mendapatkan gratis minuman. Berdasarkan wawancara konsumen strategi tersebut tidak efektif karena kurangnya *benefit* dari promo yang diajukan. Ketidak berhasilan dalam upaya pemasaran terlebih untuk pembeli *offline* ini pun membuat penjualan tidak memenuhi target yang diharapkan. Walaupun dengan adanya aplikasi *GoFood* dan *GrabFood* ini membuat pendapatan bertambah tetapi masih belum mencapai target. Target yang ditentukan pemilik rumah makan adalah 10 juta. Selain itu dilakukan juga wawancara terhadap target pasar dari rumah makan ini yaitu masyarakat yang berdomisili di Bandung terutama daerah Sukamenak dan Taman Kopo yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dengan latar belakang pekerjaan ibu rumah tangga, pegawai kantoran ataupun sebuah keluarga. Karena itu, dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih rumah makan *chinese food* dan *seafood*, diharapkan lebih memudahkan bagi pemilik

Rumah Makan Sehati ini untuk meningkatkan penjualan hingga mencapai target yang diinginkan.

Jika dibandingkan konsumen Rumah Makan Sehati secara *online* lebih banyak daripada konsumen rumah makan sehati secara *offline*. Konsumen secara *online* lebih banyak sebesar 60 % dibandingkan dengan konsumen secara *offline*. Dilihat dari nama-nama pemesan pada aplikasi *online* banyak yang tidak melakukan *repeated orders* karena nama yang muncul berbeda-beda tiap ada *order* yang masuk yang melakukan *repeated orders* hanya 30 % dari jumlah konsumen *online* yang ada.

Untuk mengetahui lebih jelas maka dilakukan identifikasi lebih lanjut dilakukan dengan wawancara kepada 22 konsumen yang merupakan target pasar dari rumah makan ini kepada konsumen yang sudah pernah mengunjungi rumah makan ini. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan didapatkan hasil bahwa ada 10 orang yang datang sering yaitu lebih dari satu kali dan 12 sisanya baru pertama kali datang mengunjungi Rumah Makan Sehati dan berdasarkan pertanyaan yang diajukan dari 10 orang ada pengalaman terakhir berkunjung dan membuat konsumen ini enggan kembali ke rumah makan ini. Ada 6 orang yang tidak akan kembali dikarenakan rasa yang tidak konsisten dan mendapatkan makanan yang tidak *fresh*, sedangkan 4 orang sisanya akan kembali ke Rumah Makan Sehati.

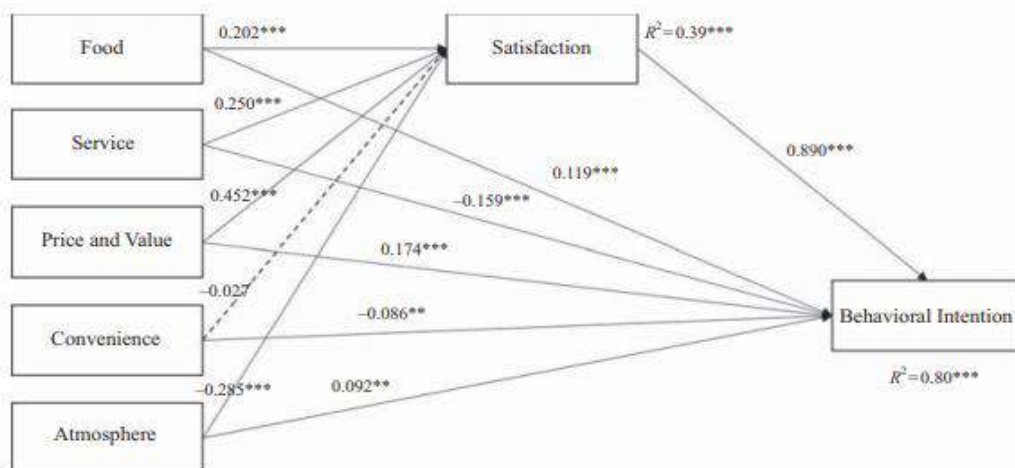
Sebanyak 12 orang yang baru pertama kali mengunjungi Rumah Makan Sehati juga ditanyakan pertanyaan yang sama yaitu apakah akan kembali ke Rumah Makan ini dan jawabannya dari 7 orang menjawab tidak akan kembali dan 5 orang sisanya menjawab akan kembali. Alasan 7 orang tersebut tidak akan kembali adalah karena tempat yang tidak nyaman (panas) dan tempat yang tidak higienis. Dari hasil wawancara seperti terhadap target pasar dari rumah makan *chinese food* dan *seafood* keluhan dari responden tersebut tidak terbatas pada kualitas layanan di rumah makan ini saja.

Pada umumnya setiap orang memiliki alasan masing-masing dalam menentukan alasan untuk kembali ke sebuah rumah makan. Untuk mengetahuinya di dalam wawancara ditanyakan juga mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang ke sebuah rumah makan menurut responden yang bertujuan untuk mengetahui atribut yang mempengaruhi niat beli konsumen pada suatu rumah makan.

Tabel I.1 Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang Menurut Responden

Peringkat	Faktor	Frekuensi
1.	Rasa	16
2.	Harga	12
3.	Pelayanan	5
4.	<i>Word of Mouth</i>	3
5.	Higienis	2
6.	Ulasan Daring	2

Banyaknya faktor juga dibuktikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Liu & Tse (2018) bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli ulang di sebuah rumah makan. Berdasarkan penelitian yang menjadi faktor yang berpengaruh secara signifikan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri dipengaruhi lagi oleh lima faktor diantaranya makanan yang disajikan, pelayanan, harga dan nilai yang didapatkan juga kenyamanan yang diberikan dari rumah makan.



Gambar I.3 Model Penelitian Liu & Tse (2018)

Karena itu dengan mengetahui faktor yang berpengaruh bagi konsumen dalam memilih rumah makan *chinese food* dan *seafood* lebih mudah bagi rumah makan sehat ini untuk menyusun strategi demi meningkatkan target. Berdasar identifikasi masalah, terdapat beberapa rumusan masalah untuk penelitian ini.

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen pada Rumah Makan Sehat?

2. Usulan apa yang sebaiknya diberikan agar dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen Rumah Makan Sehati?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada penelitian ini digunakan beberapa batasan dan asumsi guna mempersempit ruang lingkup penelitian. Batasan masalah yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian yang dilakukan berfokus kepada konsumen yang membeli makanan di tempat / secara luring.
2. Hasil dari penelitian ini hanya sampai tahap pemberian usulan dan tidak mempertimbangkan biaya.

Selain batasan diperlukan juga asumsi dalam penelitian ini dengan tujuan menyederhanakan masalah yang ada dan mempermudah pemberian usulan yang akan diberikan. Berikut asumsi yang dibuat dalam penelitian ini.

1. Tidak terjadinya perubahan pada kualitas dan kebijakan secara umum yang terjadi pada saat penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirancang terlebih dahulu, maka terdapat beberapa tujuan dari penelitian yang dilakukan pada Rumah Makan Chinese dan Seafood Sehati ini yang juga merupakan jawaban atas rumusan masalah.

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen pada Rumah Makan Sehati.
2. Mengetahui usulan yang sebaiknya diberikan agar dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen Rumah Makan Sehati.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian dilakukan dapat berdampak positif bagi pemilik usaha, penulis dan juga pembaca baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut merupakan manfaat dari penelitian ini. Berikut adalah manfaat dari penelitian yang dilakukan :

1. Manfaat bagi Pemilik Usaha

Memberikan informasi tentang persepsi yang dirasakan dari konsumen, serta usulan yang diberikan dapat dijadikan pertimbangan dengan harapan akan meningkatkan minat niat beli konsumen sehingga penjualan dapat mencapai target.

2. Manfaat bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan terkait ilmu yang digunakan dalam penelitian ini, serta menambah kemampuan dalam melakukan analisis dan pemberian usulan untuk permasalahan yang terjadi.

3. Manfaat bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor yang berpengaruh pada minat beli rumah makan serta dapat digunakan untuk penelitian sejenis.

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ada beberapa tahapan yang dilakukan. Gambar 1.2 adalah *flowchart* yang menunjukkan tahapan yang dilakukan dalam melakukan penelitian.

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan yang dilakukan peneliti yaitu melakukan studi lapangan dan melakukan observasi langsung di Rumah Makan Sehati dan mewawancarai pemilik usaha. Di mana studi pendahuluan ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai permasalahan yang diteliti.

2. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendukung penelitian dengan teori-teori yang terkait, Teori-teori tersebut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pada rumah makan, Studi literatur yang diambil dari buku-buku yang terkait maupun jurnal-jurnal.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Identifikasi dimulai dari observasi secara langsung ke Rumah Makan Sehati dan juga wawancara serta dilakukan studi literatur. Setelah itu dilakukan wawancara terhadap konsumen yang pernah mengunjungi Rumah Makan Sehati sehingga bisa memperdalam identifikasi masalah yang ada dan dapat mengetahui akar masalah yang terjadi di Rumah

Makan Sehati setelah itu dapat ditemukan rumusan masalah yang saling berhubungan.

4. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Penentuan batasan dan asumsi bertujuan untuk membatasi ruang lingkup penelitian agar lebih berfokus pada masalah yang ada, selain itu dapat menyederhanakan penelitian.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

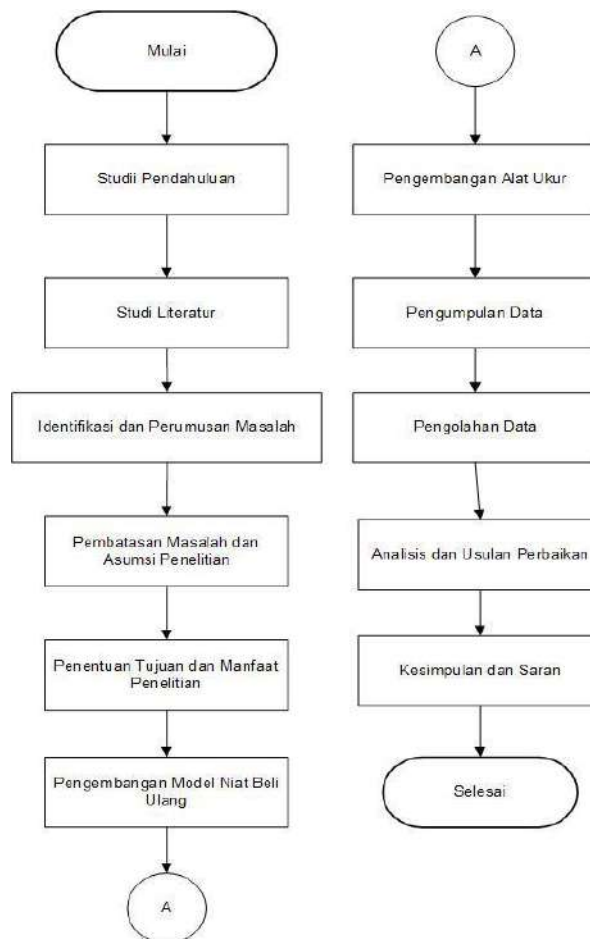
Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya, maka ditentukan juga tujuan yang menjawab rumusan masalah yang ada selain tujuan dijabarkan juga mengenai manfaat dari penelitian ini, yaitu manfaat bagi pemilik usaha, penulis dan juga pembaca.

6. Pengembangan Model Penelitian

Dalam penelitian ini, ditentukan variabel dan atribut yang diduga dapat mempengaruhi niat beli ulang pada objek penelitian ini dimana variabel tersebut berasal dari studi literatur yang serupa dan telah dilakukan penelitian sebelumnya. Pada penentuan model penelitian dilihat juga faktor-faktor yang teridentifikasi.

7. Pengembangan Alat Ukur

Dalam tahap ini, penyusunan alat ukur yaitu kuesioner dengan variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya dan mempengaruhi niat beli ulang konsumen Rumah Makan Sehati.



Gambar I.4 Metodologi Penelitian

8. Pengumpulan Data

Setelah ditentukan alat ukurnya yaitu kuesioner dilakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner tersebut terhadap target konsumen dari Rumah Makan Sehati.

9. Pengolahan Data

Dari hasil penyebaran kuesioner yang telah disebarakan dilakukan pengolahan data dengan metode yang sesuai dan dilakukan pengujian model pengukuran niat beli ulang dengan variabel yang sudah ditentukan. Pengolahan data tersebut yang pertama adalah pengujian model pengukuran di mana ada pengujian validitas dan realibilitas dari kuesioner. Pengolahan data yang kedua adalah pengujian model structural dimana dilakukan uji hipotesis untuk mengukur setiap variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Uji hipotesis ini digunakan untuk melihat

pengaruh yang ada dari setiap variabel terhadap niat beli ulang pada rumah makan ini.

10. Analisis dan Usulan Perbaikan

Di dalam pembuatan analisis, digunakan hasil pengolahan data dan usulan yang diberikan berdasarkan hasil penelitian. Di mana hasil usulanpun akan melibatkan pemilik dari Rumah Makan Sehati sehingga usulan yang diberikan dapat lebih sesuai juga *feasible* untuk dilakukan sebaliknya jika didapatkan usulan yang kurang tepat dan sesuai maka akan dilakukan penyesuaian sehingga setiap usulan dapat diterapkan.

11. Kesimpulan dan Saran

Setelah penelitian dilakukan, diberikan kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dan menjadi tujuan penelitian juga saran yang membangun untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada subbab ini akan dijabarkan mengenai sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian kali ini yang digunakan untuk panduan dalam tahapan penulisan dan mempermudah pemahaman pada isi penelitian ini. Di mana sistematika penulisan terbagi menjadi lima bagian yang akan dijelaskan lebih lanjut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi mengenai teori-teori yang mendukung dalam penelitian, yaitu mengenai

BAB III MODEL PENELITIAN DAN PENGUJIAN

Bab III berisi mengenai model penelitian yang digunakan, penentuan variabel beserta atribut, pengembangan alat ukur, pengumpulan data, dan pengolahan. Di mana pada pengolahan data, dilakukan

BAB IV ANALISIS

Setelah dilakukan pengumpulan serta pengolahan data, bab IV akan membahas mengenai hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya.

Kemudian hasilnya akan dianalisis, dan digunakan sebagai acuan dalam pemberian usulan pada Rumah Makan Sehati.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan selain itu diberikan juga saran untuk penelitian serupa yang selanjutnya akan dilakukan.

