

**UPAYA PERBAIKAN *BABY SHOP X (BSX)*
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
BERPENGARUH TERHADAP NIAT BELI ULANG**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Maria Cerelia
NPM : 6131801016



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Maria Cerelia
NPM : 6131801016
Program Studi: Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : UPAYA PERBAIKAN BABY SHOP X (BSX)
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
BERPENGARUH TERHADAP NIAT BELI ULANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Januari 2022
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

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

Pembimbing Tunggal

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

**PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU
MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Maria Cerelia

NPM : 6131801016

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

UPAYA PERBAIKAN BABY SHOP X (BSX) BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR
YANG BERPENGARUH TERHADAP NIAT BELI ULANG

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, 25 Januari 2022



Maria Cerelia

NPM : 6131801016

ABSTRAK

BSX merupakan toko yang menjual perlengkapan bayi, anak dan ibu hamil yang terletak di Kota Purwokerto dan telah berdiri sejak tahun 2003. Total omset yang didapatkan BSX sejak tahun 2009 sampai 2021 cenderung mengalami penurunan. Pemilik telah lama menyadari bahwa terdapat penurunan total omset di BSX. Namun, pemilik tidak mengetahui secara pasti penyebab dari penurunan omset tersebut. Salah satu penyebab penurunan omset adalah meningkatnya pesaing toko perlengkapan bayi di kota Purwokerto sehingga kemungkinan besar pelanggan beralih dari BSX ke *baby shop* lain. Pelanggan diduga tidak memiliki niat beli kembali ke BSX karena keinginan pelanggan tidak terpenuhi sehingga pelanggan merasa tidak puas ketika berbelanja di BSX. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang toko perlengkapan bayi agar dapat membantu BSX meningkatkan pendapatan. Model penelitian yang digunakan didapatkan dari hasil identifikasi masalah dan studi literatur yang mengkaji pengaruh dari harga, kelengkapan produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online* dan *offline* yang ditujukan kepada orang yang pernah mengunjungi toko perlengkapan bayi. Jumlah data yang digunakan untuk pengolahan data yaitu 132 data. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM). Hasil pengujian model penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang pelanggan BSX. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang. Penentuan prioritas perbaikan dilakukan dengan menggunakan *Importance Performance-Matrix-Analysis* (IPMA). Prioritas utama perbaikan dilakukan untuk kualitas pelayanan dan prioritas berikutnya adalah kelengkapan produk dan harga. Terdapat 19 usulan perbaikan yang diberikan dan dari 19 usulan tersebut sebanyak 18 usulan disetujui oleh pemilik dan 1 usulan yang dipertimbangkan oleh pemilik.

ABSTRACT

BSX is a shop that sells baby, child and pregnant women's equipment, located in Purwokerto City and has been established since 2003. The total turnover obtained by BSX from 2009 to 2021 tends to decrease. Owners have long noticed that there is a decline in total turnover at BSX. However, the owner does not know for sure the cause of the decline in turnover. One of the causes of the decline in turnover is the increasing competition for baby equipment stores in the city of Purwokerto, so it is likely that customers will switch from BSX to another baby shop. The customer is suspected of not having the intention to buy back to BSX because the customer's desire is not fulfilled so that the customer feels dissatisfied when shopping at BSX. Therefore, it is necessary to conduct further research to find out the factors that influence the intention to repurchase a baby supply store in order to help BSX increase its income. The research model used was obtained from the results of problem identification and literature studies that examined the effect of price, product completeness, location, and service quality on repurchase intentions. Data was collected by distributing online and offline questionnaires to people who had visited baby supply stores. The amount of data used for data processing is 132 data. Data processing was carried out using the Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM) method. The results of the research model test show that service quality, product completeness and price have a significant effect on BSX customers repurchase intentions. While the location does not have a significant effect on repurchase intention. Determination of improvement priority is done by using Importance Performance-Matrix-Analysis (IPMA). The main priority for improvement is the quality of service and the next priority is product completeness and price. There were 19 proposed improvements given and of the 19 proposals, 18 proposals were approved by the owner and 1 proposal was considered by the owner.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya selama penyusunan penelitian skripsi dengan judul “Upaya Perbaikan *Baby shop* X (BSX) Berdasarkan Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Beli Ulang” sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini. Dengan selesainya penelitian skripsi ini, penulis berterima kasih kepada:

1. Bapak Romy Loice S.T., M.T. selaku dosen pembimbing tunggal skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga untuk membimbing, memberikan masukan, kritik, saran, dalam penyusunan penelitian skripsi ini.
2. Ibu Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Ibu Hotna Sitorus, ST., M.M. selaku dosen penguji siding skripsi yang telah memberikan masukan kepada penulis.
3. Ibu Tan Ay Nio selaku pemilik *Baby shop* X (BSX) yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
4. Orangtua dan saudara penulis yang telah mendukung memberikan doa dan dukungan selama penyusunan penelitian skripsi.
5. Geraldy, Regan, Tiffany, Paulina, Vialonika, Brian, Calvin, dan Vincent selaku teman penulis selama perkuliahan yang telah menjadi teman untuk bertukar pikiran, berkeluh kesah dan penyemangat selama perkuliahan.
6. Vania, Odilia, Sasti, Santy, dan Ica selaku sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan penelitian skripsi.
7. Alin dan Valen selaku teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi yang telah membantu memberikan arahan dan mendukung selama penyusunan skripsi.
8. Serta teman-teman kelas B yang tidak mungkin dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Atas kebaikan dari semua pihak yang telah disebutkan ataupun yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis dapat menyelesaikan penelitian kripsi

ini. Penulis menyadari bahwa hasil penelitian skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang telah diberikan akan penulis terima untuk mengembangkan kemampuan penulis. Akhir kata, penulis memohon maaf jika ada kesalahan dalam penelitian ini. Penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Bandung, 15 Januari 2022

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	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-10
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-11
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-11
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-12
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 <i>Retail Store</i>	II-1
II.2 Perilaku Konsumen.....	II-2
II.3 Proses Keputusan Pembelian.....	II-3
II.4 Niat Beli Ulang.....	II-4
II.5 Kualitas Pelayanan.....	II-5
II.6 Kelengkapan Produk.....	II-6
II.7 Harga.....	II-6
II.8 Lokasi.....	II-7
II.9 Teknik <i>Sampling</i>	II-8
II.10 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	II-10
II.11 PLS-SEM.....	II-11
II.12 Langkah PLS-SEM.....	II-12
II.13 <i>Importance Performance Matrix Analysis (IPMA)</i>	II-19
II.14 <i>Visual Display</i>	II-20

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Penelitian Terdahulu.....	II-22
III.2 Model Penelitian.....	III-1
III.2 Operasionalisasi Variabel.....	III-4
III.3 Pengumpulan Data.....	III-7
III.3.1 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	III-7
III.3.2 Penentuan Jumlah Sampel.....	III-16
III.3.3 Penyebaran Kuesioner dan Penyeleksian Data Hasil Kuesioner.....	III-16
III.4 Pengolahan Data Profil Responden.....	III-17
III.5 Pengujian Model Penelitian.....	III-20
III.5.1 Evaluasi Model Pengukuran.....	III-21
III.5.2 Evaluasi iModel Struktural.....	III-30
III.6 Rata-rata Indikator dan Variabel Responden Keseluruhan.....	III-33
III.7 Rata-rata Indikator dan Variabel Responden BSX.....	III-35
III.8 Prioritas Usulan Perbaikan.....	III-36
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Profil Responden.....	IV-1
IV.2 Analisis Pengujian Model.....	IV-2
IV.2.1 Analisis Pengujian Model Pengukuran.....	IV-2
IV.2.2 Analisis Pengujian Model Struktural.....	IV-4
IV.3 Analisis Penentuan Prioritas Perbaikan.....	IV-6
IV.4 Rancangan Usulan Perbaikan.....	IV-7
IV.4.1 Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan.....	IV-7
IV.4.2 Usulan Perbaikan Kelengkapan Produk.....	IV-16
IV.4.3 Usulan Perbaikan Harga.....	IV-19
IV.5 Evaluasi Hasil Rancangan Usulan Perbaikan.....	IV-23
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Alasan Pelanggan Tertarik Mengunjungi Kembali BSX	I-9
Tabel II.1 Legabilitas Warna	II-22
Tabel III.1 Definisi Variabel	III-5
Tabel III.2 Indikator Variabel	III-5
Tabel III.3 Skala Pengukuran.....	III-8
Tabel III.4 Kuesioner Penelitian	III-9
Tabel III.5 Rekapitulasi Hasil <i>Pre-test</i> Kuesioner	III-11
Tabel III.6 Hasil Perbaikan Kuesioner Penelitian.....	III-14
Tabel III.7 Rekapitulasi Profil Responden	III-18
Tabel III.8 <i>Composite Reliability</i>	III-22
Tabel III.9 <i>Outer Loading</i>	III-22
Tabel III.10 AVE	III-24
Tabel III.11 <i>Cross Loading</i>	III-24
Tabel III.12 Fornell-Larcker <i>Criterion</i>	III-25
Tabel III.13 Hasil Pengujian Ulang <i>Composite Reliability</i>	III-26
Tabel III.14 Hasil Pengujian Ulang AVE.....	III-27
Tabel III.15 Hasil Pengujian Ulang <i>Outer Loading</i>	III-27
Tabel III.16 Hasil Pengujian Ulang <i>Cross Loading</i>	III-28
Tabel III.17 Hasil Pengujian Ulang Fornell-Larcker <i>Criterion</i>	III-29
Tabel III.18 <i>Colinearity Assessment</i>	III-30
Tabel III.19 <i>Path Coefficient</i>	III-31
Tabel III.20 <i>Coefficient of Determination</i>	III-31
Tabel III.21 <i>Effect Size</i>	III-32
Tabel III.22 Uji T Statistik	III-32
Tabel III.23 <i>Predictive Relevance</i>	III-33
Tabel III.24 Rata-rata Indikator dan Variabel Responden Keseluruhan.....	III-34
Tabel III.25 Rata-rata Indikator dan Variabel Responden BSX.....	III-35
Tabel III.26 Rekapitulasi <i>Importance</i> dan <i>Performance</i>	III-37
Tabel IV.1 <i>List</i> Produk Perlengkapan Ibu dan Bayi <i>Newborn</i>	IV-12
Tabel IV.2 Rekapitulasi Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan	IV-14

Tabel IV.3 Rekapitulasi Usulan Perbaikan Kelengkapan Produk	IV-19
Tabel IV.4 Rekapitulasi Usulan Perbaikan Harga.....	IV-21
Tabel IV.5 Evaluasi Hasil Rancangan Usulan Perbaikan	IV-23

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Total Omset Pertahun BSX Tahun 2009-2020	I-4
Gambar I.2 Total Omset Perbulan BSX Tahun 2021	I-4
Gambar I.3 Frekuensi Kunjungan BSX	I-6
Gambar I.4 Tingkat Kepuasan Pelanggan Setelah Mengunjungi BSX	I-7
Gambar I.5 Minat Pelanggan Mengunjungi Kembali ke BSX	I-8
Gambar I.6 Langkah-langkah Penelitian	I-13
Gambar II.1 <i>Path Model</i> SEM	II-11
Gambar II.2 Tahapan PLS-SEM	II-13
Gambar II.3 Konstruk dengan Indikator Reflektif.....	II-15
Gambar II.4 Konstruk dengan Indikator Formatif	II-15
Gambar II.5 Indikator Reflektif dan Formatif.....	II-16
Gambar II.6 Alur Evaluasi <i>Outer Loading</i>	II-17
Gambar II.7 Tahapan Evaluasi Model Pengukuran.....	II-18
Gambar II.8 Tahapan Evaluasi Model Struktural.....	II-18
Gambar II.9 <i>Importance Performance Matrix Analysis</i>	II-19
Gambar III.1 Penelitian Rosita (2016).....	II-23
Gambar III.2 Model Penelitian Korowa et al (2018).....	II-24
Gambar III.3 Model Penelitian Bahruzen et al (2020).....	II-24
Gambar III.4 Model Penelitian.....	III-4
Gambar III.5 Model Penelitian Awal SmartPLS.....	III-21
Gambar III.6 Model Penelitian Akhir.....	III-29
Gambar III.7 <i>Importance Performance Matrix Analysis</i>	III-37
Gambar IV.1 QRIS BSX.....	IV-8
Gambar IV.2 Instruksi Kerja Pelayanan Pelanggan	IV-9
Gambar IV.3 Peringatan Pengembalian Barang	IV-11
Gambar IV.4 Tampak Depan Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	IV-13
Gambar IV.5 Tampak Belakang Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	IV-14
Gambar IV.6 Sistem Stok Persediaan.....	IV-16
Gambar IV.7 Label Ukuran Variasi Produk	IV-17
Gambar IV.8 Contoh Parcel Kado Perlengkapan Bayi	IV-18

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A HASIL WAWANCARA PENDAHULUAN	A-1
LAMPIRAN B KUESIONER PENELITIAN	B-1
LAMPIRAN C DATA PROFIL RESPONDEN	C-1
LAMPIRAN D USULAN PERBAIKAN	D-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai pendahuluan dari penelitian ini. Pendahuluan akan dibagi menjadi tujuh subbab yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, tujuan, manfaat, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian. Berikut merupakan penjelasan dari pendahuluan penelitian.

I.1 Latar Belakang Masalah

Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang terus meningkat menyebabkan persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Berdasarkan data pada Kementerian Koperasi dan UKM RI (2017) jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mencapai 62.9 juta unit atau 99,99% dari total pelaku usaha di Indonesia. Secara umum, bidang usaha UMKM dibagi menjadi dua yaitu bidang pertanian dan non-pertanian. Menurut Sensus Ekonomi (2016) salah satu bidang usaha non-pertanian yang cukup banyak di Indonesia adalah bidang perdagangan besar dan eceran atau sebanyak 46,27% usaha non-pertanian berada pada bidang perdagangan besar dan eceran. Usaha bidang perdagangan besar dan eceran merupakan usaha yang penjualan barang tanpa adanya perubahan bentuk produk yang dijual. Kegiatan penjualan pada usaha bidang perdagangan besar dan eceran dalam bentuk toko khusus seperti toko serba ada, toko buah dan sayur, toko perlengkapan rumah tangga, toko perlengkapan bayi, dan lain-lain.

Salah satu usaha bidang perdagangan besar dan eceran yang terus mengalami peningkatan di Indonesia adalah toko perlengkapan bayi. Peningkatan jumlah toko perlengkapan bayi disebabkan karena usaha tersebut memiliki peluang yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan. Angka kelahiran bayi di Indonesia cenderung stabil bahkan meningkat. Berdasarkan data dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) setiap tahun 4,8 juta anak lahir di Indonesia dan terdapat penambahan 400-500 ribu kelahiran atau setara 10% di tahun 2020 hingga awal 2021. Seiring dengan meningkatnya angka

kelahiran bayi tersebut, kebutuhan akan perlengkapan bayi dan pakaian anak juga meningkat. Perlengkapan dan pakaian bayi juga memiliki masa pakai yang lebih singkat sehingga orang tua lebih sering berbelanja untuk buah hatinya. Banyak pengusaha memanfaatkan keadaan tersebut sebagai peluang untuk membuka usaha karena usaha perlengkapan bayi atau *baby shop* memiliki peluang yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan.

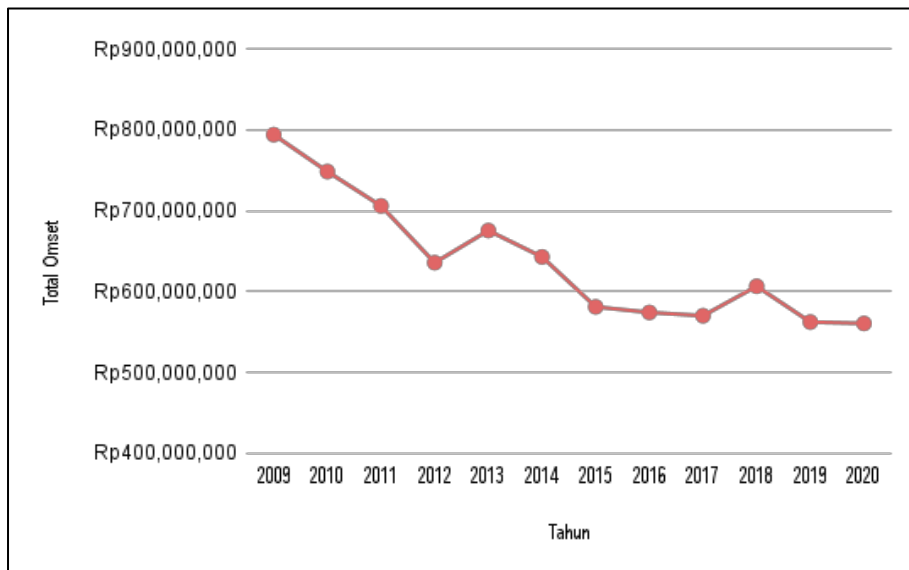
Melihat kondisi tersebut, pemilik usaha perlengkapan bayi atau *baby shop* menjadi sangat kompetitif dalam menghadapi persaingan usaha. Setiap perusahaan tentunya memiliki tujuan untuk berkembang secara terus menerus dengan memperoleh keuntungan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan yaitu dengan mempertahankan pelanggan setia. Mempertahankan pelanggan setia memberikan banyak manfaat bagi perusahaan seperti meningkatkan penjualan. Selain itu, mempertahankan pelanggan juga lebih mudah dan murah. Lebih mudah karena pelanggan sudah percaya dengan layanan atau produk yang diberikan oleh perusahaan tersebut sehingga lebih mudah bagi perusahaan untuk menawarkan layanan atau produk yang lain kepada pelanggan tersebut. Menurut Khalid Shaleh (2015) mencari pelanggan baru membutuhkan biaya 5 kali lipat lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan setia. Hal ini dapat terjadi karena untuk mendatangkan pelanggan baru diperlukan promo dan iklan yang memerlukan biaya lebih besar dibandingkan dengan mendatangkan pelanggan setia yang dapat dilakukan melalui media sosial.

Pembelian ulang menjadi hal yang penting karena dapat menentukan penjualan perusahaan. Menurut Dongjin, Shenghui, dan Kai (2008) niat pembelian ulang yang ada pada konsumen merupakan indikator yang penting yang memprediksi perilaku pembelian ulang. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi niat beli ulang adalah kepuasan pelanggan. Menurut John (2011) apabila pelanggan puas terhadap produk atau layanan yang diberikan maka akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Hasil penelitian Taylor dan Baker (1994) menunjukkan bahwa sebesar 91% hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kepuasan pelanggan dengan minat pembelian ulang.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia menyebabkan kondisi sosial ekonomi masyarakat mengalami perubahan terutama tentang sistem nilai yang dianut dan cara pandang masyarakat. Masyarakat menjadi menuntut untuk diberikan pelayanan yang lebih baik untuk memenuhi kepuasannya. Masyarakat lebih teliti dan kritis dalam memilih produk yang dibutuhkan. Seperti yang dijelaskan oleh Kurz and Clow (2008) dalam Laksana, (2008) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan dan sebaliknya. Kepuasan pelanggan diharapkan dapat menimbulkan suatu kepercayaan dan dapat menimbulkan niat beli ulang.

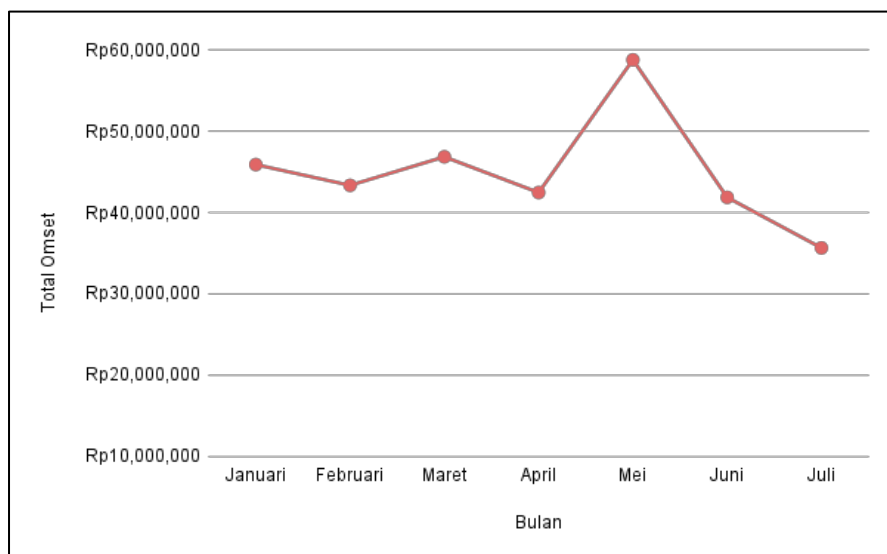
Pada penelitian ini, objek penelitian akan berfokus pada salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang perdagangan besar dan eceran yaitu *Baby shop X* (selanjutnya akan disebut BSX). BSX merupakan salah satu toko yang menjual perlengkapan bayi, anak dan ibu hamil yang terletak di kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. BSX didirikan pada tahun 2003 karena pemilik menyadari kebutuhan masyarakat Purwokerto akan perlengkapan bayi, anak dan ibu hamil belum terpenuhi. Sehingga pemilik BSX percaya bahwa dengan mendirikan BSX dapat membantu masyarakat memenuhi kebutuhan akan perlengkapan bayi, anak, dan ibu hamil dan memberikan keuntungan.

Sejak didirikan, pemilik mengatakan penjualan di BSX cenderung stabil dan mengalami peningkatan hingga tahun 2008. Total omset yang didapatkan pada tahun 2006 sampai 2008 mencapai satu miliar rupiah. Hal tersebut terjadi dikarenakan masih sedikitnya jumlah toko perlengkapan bayi di kota Purwokerto. Namun pada tahun 2009 mulai banyak toko baru yang menjual perlengkapan bayi, anak, dan ibu hamil di Purwokerto. Pada tahun 2018 tercatat bahwa terdapat 42 toko perlengkapan bayi yang berada di kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas. Banyaknya jumlah toko perlengkapan bayi di kota Purwokerto menjadi salah satu penyebab penurunan pendapatan di BSX. Grafik total omset BSX dari tahun 2009 sampai 2020 dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Total Omset Pertahun BSX Tahun 2009-2020

Berdasarkan pada Gambar I.1 di atas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2009 sampai 2020 total omset yang diperoleh BSX cenderung mengalami penurunan. Terutama pada tahun 2012, terdapat penurunan total omset yang cukup signifikan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Kemudian pada tahun 2013 total omset BSX mengalami peningkatan dimana hal tersebut berbanding lurus dengan data kelahiran BPS Banyumas yang mengalami peningkatan angka kelahiran pada tahun 2013. Setelah tahun 2013 total omset di BSX kembali mengalami penurunan hingga tahun 2020.



Gambar I.2 Total Omset Perbulan BSX Tahun 2021

Gambar 1.2 merupakan total omset BSX bulan Januari- Juli 2021. Pada tahun 2021, total omset yang didapatkan oleh BSX dari bulan Januari sampai Juli cenderung mengalami penurunan untuk setiap bulannya. Namun, pada bulan Mei total omset yang didapatkan lebih tinggi dibandingkan bulan lainnya karena terdapat hari raya Idul Fitri. Sehingga, banyak pelanggan yang datang untuk melakukan pembelian pakaian baru untuk buah hatinya. Pemilik telah lama menyadari bahwa terdapat penurunan total omset di BSX. Namun, tidak mengetahui secara pasti penyebab dari penurunan omset tersebut. Pemilik mengatakan bahwa kini pelanggan yang datang ke toko merupakan pelanggan baru dan pelanggan lama yang biasa mengunjungi toko sudah lama tidak datang kembali. Maka dari itu perlu adanya upaya perbaikan untuk meningkatkan pendapatan BSX berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang.

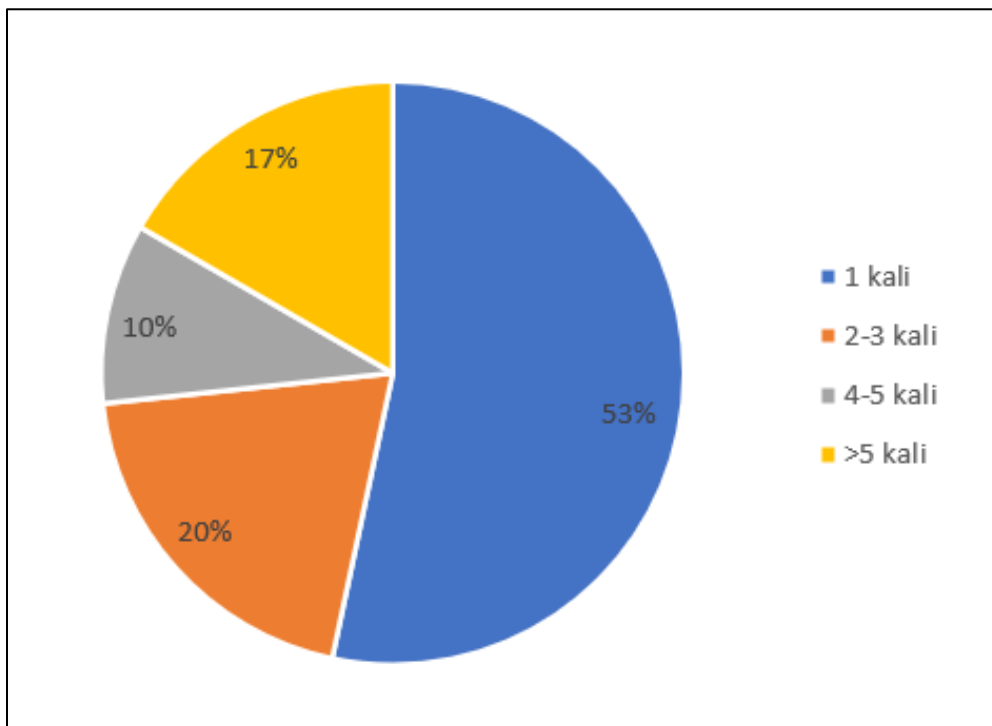
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Seiring dengan meningkatkannya angka kelahiran di kabupaten Banyumas, banyak pelaku usaha yang memanfaatkan kondisi tersebut dengan mendirikan toko perlengkapan bayi. Peningkatan jumlah toko perlengkapan bayi di kota Purwokerto menyebabkan persaingan usaha menjadi lebih ketat. Semakin banyak toko perlengkapan bayi di kota Purwokerto menyebabkan pelanggan memiliki banyak pilihan untuk memutuskan toko perlengkapan bayi yang akan dikunjungi untuk memenuhi kebutuhan buah hati mereka. Agar dapat bersaing dengan toko perlengkapan bayi lainnya, BSX harus memiliki keunggulan tersendiri agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memahami perilaku dari pelanggan tersebut. Oleh karena itu perlu dilakukan identifikasi untuk mengetahui faktor apa saja yang menyebabkan penurunan total omset tersebut dengan melakukan wawancara dengan pemilik toko.

Pada saat melakukan wawancara dengan pemilik BSX, pemilik toko mengatakan bahwa total omset yang didapatkan terus menurun. Total omset yang didapatkan oleh BSX cenderung mengalami penurunan dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2020. Pemilik toko mengatakan bahwa salah satu penyebab penurunan omset adalah meningkatnya jumlah toko perlengkapan bayi di kota Purwokerto sehingga kemungkinan besar pelanggan beralih dari BSX ke toko perlengkapan bayi lain dan tidak memiliki niat beli kembali ke BSX. Pemilik juga menduga penyebab pelanggan tidak memiliki niat beli kembali ke BSX karena

keinginan pelanggan tidak terpenuhi sehingga pelanggan merasa tidak puas ketika berbelanja di BSX. Pemilik mengatakan hal tersebut karena pemilik menyadari bahwa kini sebagian besar pelanggan yang datang ke BSX merupakan pelanggan baru.

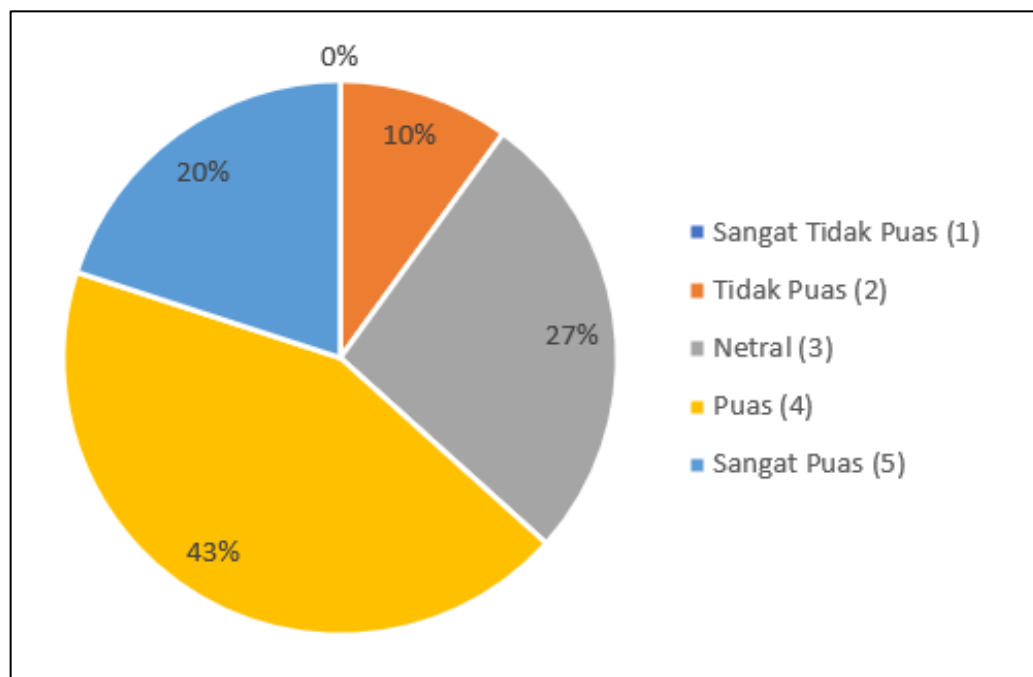
Selain melakukan wawancara dengan pemilik toko, dilakukan juga wawancara dengan pelanggan BSX sebagai penelitian pendahuluan. Wawancara dilakukan kepada 30 responden yang telah mengunjungi BSX. Pertanyaan pertama yang diberikan kepada responden yaitu frekuensi kunjungan ke BSX yang pernah dilakukan oleh responden tersebut selama tiga bulan terakhir. Hasil wawancara pendahuluan dapat dilihat pada Lampiran A.



Gambar I.3 Frekuensi Kunjungan BSX

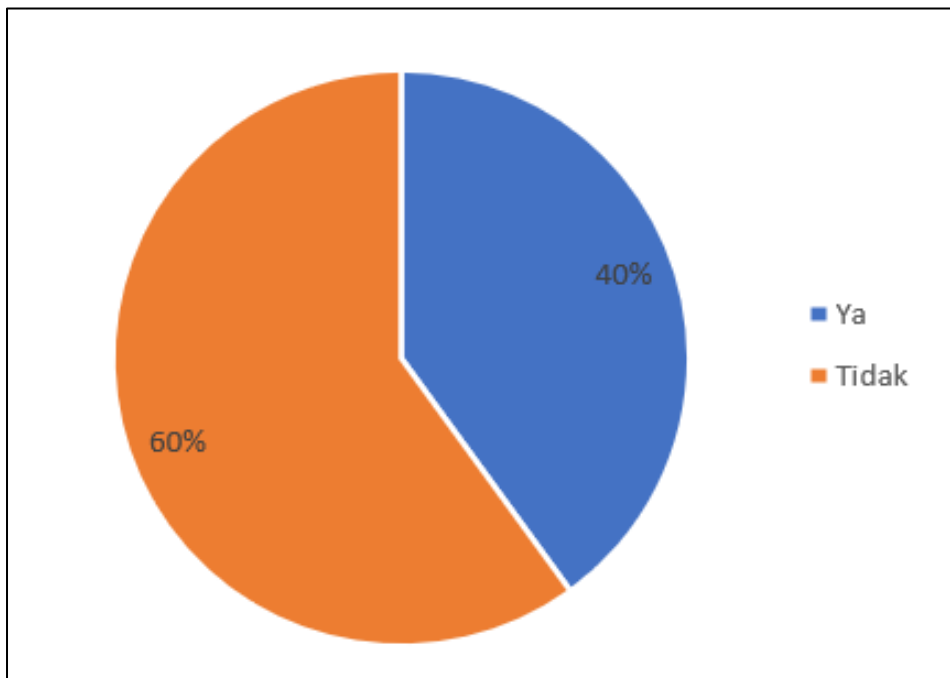
Rekapitulasi jawaban responden terkait frekuensi kunjungan ke BSX dapat dilihat pada Gambar I.3. Berdasarkan hasil wawancara tersebut sebanyak 53% atau setara dengan 16 responden baru pertama kali mengunjungi BSX, 20% atau setara dengan 6 responden telah mengunjungi 2-3 kali, 10% atau setara dengan 3 responden telah mengunjungi 3-4 kali dan 17% responden atau setara dengan 5 responden telah mengunjungi lebih dari 5 kali. Hasil tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan oleh pemilik toko tersebut dimana pengunjung yang

datang merupakan pelanggan baru. Pengunjung yang sebelumnya telah membeli ke BSX dan kembali lagi tidak terlalu banyak.



Gambar I.4 Tingkat Kepuasan Pelanggan Setelah Mengunjungi BSX

Pertanyaan kedua yang diberikan kepada responden adalah tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan setelah mengunjungi BSX. Rekapitulasi jawaban responden terkait kepuasan pelanggan secara keseluruhan dapat dilihat pada Gambar I.4. Tingkat kepuasan yang diberikan oleh responden berada pada skala 1 (sangat tidak puas) sampai dengan 5 (sangat puas). Rata-rata tingkat kepuasan pelanggan BSX adalah 3.733 dari 5. Rata-rata tingkat kepuasan pelanggan tersebut masih tergolong rendah dan tidak sesuai dengan harapan pemilik dimana tingkat kepuasan pelanggan yang diharapkan oleh pemilik adalah di atas 4.5 sehingga kepuasan pelanggan di BSX masih dapat ditingkatkan lagi. Menurut Jakpar, Na, dan Johari (2012) kondisi usaha yang semakin ketat mendorong pelaku usaha untuk memprioritaskan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Jakpar et al (2012) menyatakan bahwa minat beli ulang suatu produk dipengaruhi langsung oleh kepuasan pelanggan pada merek yang diakumulasi melalui waktu.



Gambar I.5 Minat Pelanggan Mengunjungi Kembali ke BSX

Pertanyaan ketiga yang diberikan yaitu terkait minat responden untuk mengunjungi kembali BSX. Rekapitulasi jawaban responden terkait minat untuk mengunjungi kembali BSX dapat dilihat pada Gambar I.5. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 12 responden atau sebanyak 40% responden tertarik untuk kembali ke BSX dan 18 responden atau sebanyak 60% responden tidak tertarik untuk datang kembali ke BSX. Hasil tersebut menunjukkan bahwa minat pembelian ulang di BSX masih rendah dan dapat ditingkatkan lagi. Minat pembelian ulang merupakan ketertarikan pelanggan untuk membeli suatu produk yang didasarkan oleh pengalaman pembelian yang telah dilakukan sebelumnya. Minat pembelian ulang biasanya timbul karena kepuasan yang diterima sesuai dengan yang diinginkan.

Setelah Pertanyaan keempat yang diberikan kepada responden yaitu terkait alasan responden tertarik untuk datang kembali atau tidak datang kembali ke BSX. Alasan responden tertarik untuk kembali yaitu karena harga terjangkau dan lokasi yang cukup strategis, memiliki tempat parkir yang cukup luas, dan produk yang tersedia untuk keperluan kado lengkap. Rekapitulasi jawaban responden terkait alasan responden tertarik berkunjung kembali ke BSX terdapat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Alasan Pelanggan Tertarik Mengunjungi Kembali BSX

Atribut	Frekuensi	Persentase
Tempat parkir luas	1	7.14%
Harga terjangkau	8	57.14%
Produk untuk kado lengkap	3	21.43%
Lokasi strategis	2	14.29%

Namun, terdapat juga alasan pelanggan tidak tertarik untuk kembali ke BSX. Salah satu alasan yang menyebabkan pelanggan tidak tertarik untuk mengunjungi kembali BSX adalah karena keinginan pelanggan tidak terpenuhi. Terdapat beberapa keinginan pelanggan yang tidak terpenuhi seperti pelayanan yang kurang memuaskan seperti pegawai yang tidak ramah dan pelayanan yang cukup lama, produk tidak tersedia, tempat kurang nyaman, pegawai tidak menguasai produk, dan lokasi BSX yang jauh dari tempat tinggal responden. Apabila keinginan pelanggan BSX tidak terpenuhi, besar kemungkinan pelanggan tersebut akan beralih ke toko perlengkapan bayi lain dan tidak lagi berminat untuk mengunjungi BSX. Banyaknya jumlah toko perlengkapan bayi di kota Purwokerto dan tingginya pelanggan yang tidak berminat untuk mengunjungi kembali BSX dapat mempengaruhi total omset yang didapatkan oleh BSX.

Menurut Cranage (2004) mempertahankan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan seperti pengurangan biaya pemasaran dan iklan, beberapa penelitian juga menunjukkan pelanggan yang puas dengan sebuah layanan akan melakukan *word-of-mouth communication*. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan dan meningkatkan niat beli ulang pelanggan merupakan suatu hal yang penting untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.

Rosita (2016) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang pada toko ritel. Terdapat enam variabel yang digunakan yaitu lokasi, kelengkapan produk, kualitas produk, pelayanan, harga, dan kenyamanan berbelanja. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh signifikan adalah variabel lokasi, kelengkapan produk, kualitas produk, harga, dan kenyamanan.

Korowa, Sumakyu, dan Asaloei (2018) melakukan penelitian mengenai pengaruh kelengkapan produk dan harga terhadap pembelian ulang konsumen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk tidak memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang dan variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang. Bahruzen, Komarsyah, dan Nugeraha

(2020) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pada toko ritel. Terdapat empat variabel yang digunakan yaitu lokasi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan harga. Faktor yang memiliki pengaruh secara signifikan adalah variabel kualitas pelayanan dan harga.

Mempertahankan pelanggan dan meningkatkan niat beli ulang dengan memberikan kepuasan bagi pelanggan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Terdapat banyak faktor yang mungkin mempengaruhi niat beli ulang. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor niat beli ulang pada toko ritel agar dapat membantu BSX meningkatkan pendapatan. Berdasarkan penjelasan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian yang akan dilakukan dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli pelanggan toko perlengkapan bayi?
2. Bagaimana usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli ulang pelanggan BSX?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada penelitian ini akan dilakukan pembatasan terhadap masalah yang diamati agar penelitian dapat terfokus terhadap permasalahan yang ada. Penentuan batasan masalah ini juga dilakukan agar pemberian usulan dapat lebih spesifik. Berikut merupakan batasan masalah yang ditentukan pada penelitian.

1. Hasil penelitian ini hanya sampai pada tahap pemberian usulan terhadap BSX.
2. Pemberian usulan perbaikan tidak memperhitungkan biaya.
3. Data yang digunakan diambil dari masyarakat di Kota Purwokerto.

Selain batasan, terdapat juga asumsi yang digunakan pada penelitian ini. Asumsi dibuat bertujuan untuk menyederhanakan permasalahan dalam penelitian sehingga pembuatan usulan perbaikan menjadi lebih mudah dan usulan yang diberikan dapat tepat guna. Asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah kondisi BSX tidak mengalami perubahan yang signifikan selama penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian terhadap minat beli ulang di BSX memiliki beberapa tujuan. Tujuan didapat berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Tujuan dari penelitian “Upaya Perbaikan *Baby shop X* (BSX) Berdasarkan Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Beli Ulang” adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang toko perlengkapan bayi.
2. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli ulang pelanggan BSX.

I.5 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh oleh bagi pemilik usaha, bagi penulis, dan bagi pembaca. Berikut ini merupakan manfaat yang didapatkan dari penelitian ini.

1. Bagi Pemilik Usaha

Manfaat yang didapatkan oleh pemilik usaha adalah mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan BSX. Selain itu, BSX mendapatkan usulan perbaikan yang dibuat oleh peneliti sehingga BSX dapat mempertimbangkan untuk menerapkan usulan tersebut guna meningkatkan minat beli ulang pelanggan serta pendapatan BSX.

2. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapatkan oleh peneliti adalah menerapkan keilmuan teknik industri, khususnya dalam ilmu manajemen industri untuk mencari solusi permasalahan yang terdapat pada usaha perdagangan besar dan eceran. Selain itu, manfaat untuk peneliti adalah menambah pengetahuan dan wawasan terkait ilmu yang digunakan dalam penelitian ini.

3. Bagi Pembaca

Manfaat yang didapatkan oleh pembaca adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pada usaha perdagangan besar dan eceran. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian yang serupa.

I.6 Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, terdapat langkah-langkah atau metode apa saja yang perlu dilakukan untuk merumuskan masalah dan menentukan solusi yang tepat sesuai dengan masalah yang terjadi pada BSX. Langkah-langkah penelitian dapat dilihat pada Gambar 5. Berikut merupakan penjelasan mengenai langkah-langkah penelitian yang dilakukan.

1. Studi Pendahuluan dan Studi Literatur

Studi pendahuluan dilakukan dengan observasi dan wawancara. Observasi yang dilakukan yaitu dengan melihat banyaknya jumlah toko perlengkapan bayi di Kota Purwokerto yang menjadi pesaing dari BSX. Sedangkan wawancara dilakukan dengan pemilik dan pelanggan BSX. Studi literatur dilakukan untuk mendukung penelitian ini dan digunakan sebagai dasar proses pencarian kerangka teoritis yang berhubungan dengan penelitian. Studi literatur difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang di BSX.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

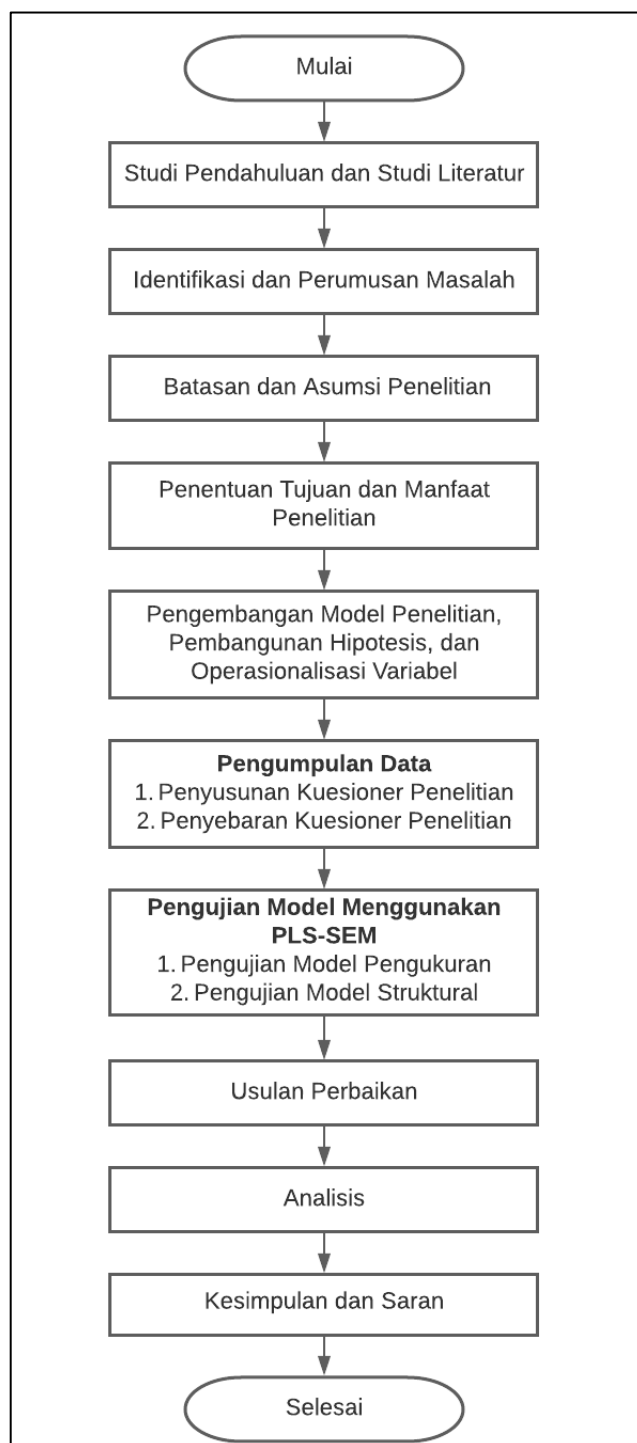
Pada tahap ini akan dilakukan identifikasi masalah berdasarkan data-data yang telah didapatkan pada studi lapangan dan studi literatur. Identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai masalah dan penyebab masalah yang terjadi di BSX. Setelah dilakukan identifikasi masalah, selanjutnya akan dibuat rumusan masalah yang berhubungan dengan permasalahan.

3. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada tahap ini akan dilakukan penentuan batasan masalah serta asumsi penelitian. Penentuan batasan masalah dan asumsi penelitian bertujuan untuk membatasi ruang lingkup penelitian agar penelitian dapat terfokus pada masalah dan usulan yang diberikan lebih spesifik.

4. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada tahap ini akan dibuat tujuan penelitian yang ditentukan berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat. Sedangkan manfaat penelitian dibuat bagi pemilik masalah, peneliti, dan pembaca.



Gambar I.6 Langkah-langkah Penelitian

5. Pengembangan Model Niat Beli Ulang di BSX

Pada tahap ini akan dilakukan pengembangan model niat beli ulang, variabel, dan indikator yang diduga memiliki pengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan BSX. Pengembangan model niat beli ulang ini

ditentukan berdasarkan studi literatur penelitian serupa yang dilakukan sebelumnya.

6. Pengumpulan Data

Pada tahap ini akan dilakukan pengumpulan data yang terdiri dari penyusunan kuesioner dan penyebaran kuesioner penelitian. Penyusunan kuesioner dilakukan berdasarkan variabel dan indikator yang diduga memiliki pengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan BSX. Setelah dilakukan penyusunan kuesioner, selanjutnya akan dilakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan BSX yang datang mengunjungi BSX dan secara *online*.

7. Pengujian Model Menggunakan PLS-SEM

Pada tahap ini akan dilakukan pengolahan data dengan menggunakan data yang telah didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan *software* SmartPLS. PLS-SEM merupakan metode analisis statistik multivariat yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi. Pada metode ini terdapat dua evaluasi yang dilakukan yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural.

8. Usulan Perbaikan

Pada tahap ini akan diberikan usulan perbaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Penentuan prioritas usulan perbaikan dilakukan dengan menggunakan *Importance Performance Matrix Analysis* (IPMA). Pemberian usulan perbaikan bertujuan untuk meningkatkan niat beli ulang pelanggan.

9. Analisis

Pada tahap ini akan dilakukan pembuatan analisis berdasarkan data dan pengolahan data yang telah dilakukan. Analisis dilakukan terhadap keseluruhan hasil penelitian yang meliputi profil responden, model pengukuran, dan model struktural.

10. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini akan diberikan kesimpulan dari seluruh proses penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dibuat untuk menjawab tujuan yang

telah dibuat. Selain itu, terdapat juga saran untuk BSX dan penelitian serupa di masa yang akan datang.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai sistematika penulisan penelitian ini. Sistematika penulisan akan dibagi menjadi 6 bab seperti pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, serta kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan lebih detail mengenai keenam bab tersebut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan akan menjelaskan mengenai latar belakang dari permasalahan yang diteliti, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka menjelaskan mengenai teori dasar dan metode yang digunakan pada penelitian ini. Tinjauan pustaka tersebut meliputi definisi perilaku konsumen, proses keputusan pembelian, niat beli ulang, faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang, kepuasan pelanggan, Teknik *sampling* dan metode PLS-SEM. Pembuatan tinjauan pustaka didasarkan pada studi literatur dari berbagai sumber buku, internet, jurnal, dan *e-book*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian menjelaskan mengenai model penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel, pengembangan alat ukur, pengumpulan data dan pengolahan data. Pada pengolahan data akan dilakukan pengolahan data pada profil responden, evaluasi model pengukuran dan model struktural. Setelah pengolahan data selanjutnya akan diberikan evaluasi terkait dengan minat beli ulang di BSX.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN

Pada bab analisis dan usulan akan menjelaskan mengenai analisis dari seluruh pengumpulan dan pengolahan data. Selain analisis, pada bab ini juga akan diberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli ulang di BSX.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan dan saran akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan akan menjawab tujuan dari penelitian. Selain kesimpulan, pada bab ini juga akan diberikan saran untuk penelitian selanjutnya.