

PENGARUH *FOOD QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* KONSUMEN PADA RESTORAN SOLARIA DI TRANS STUDIO MALL BANDUNG.



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Steven Christian Rustan / 6031801001

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
TERAKREDITASI UNGGUL OLEH BAN-PT
NO. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022
BANDUNG
2021/2022**

***THE EFFECT OF FOOD QUALITY ON CONSUMER
REPURCHASE INTENTION IN SOLARIA RESTAURANT AT
TRANS STUDIO MALL BANDUNG.***



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted In Partial Fulfillment Of The Requirements To Obtain
A Bachelor's Degree In Management

By:
Steven Christian Rustan / 6031801001

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
EXCELLENT ACCREDITATION BY BAN-PT
NO. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022
BANDUNG
2021/2022**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *FOOD QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
KONSUMEN PADA RESTORAN SOLARIA DI TRANS STUDIO MALL
BANDUNG.**

Oleh:

Steven Christian Rustan

6031801001

Bandung, Juli 2022

Ketua Program Sarjana Manajemen

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.

Pembimbing Skripsi

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Steven Christian Rustan
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 12 Desember 1999
NPM : 6031801001
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh *Food Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Pada Restoran Solaria Di Trans Studio Mall Bandung.

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulismahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal 26 Juli 2022
Pembuat Pernyataan :



(Steven Christian R)

ABSTRAK

Di zaman sekarang ini, globalisasi telah menjadi bagian dari seluruh aspek kehidupan manusia, mulai dari teknologi, transportasi, hingga gaya hidup seseorang. Salah satu contoh gaya hidup manusia yang mengalami perubahan terlihat dari bagaimana setiap individu menginginkan makanan cepat saji. Salah satu restoran cepat saji tersebut adalah Solaria. Berdasarkan hasil preliminary research yang dilakukan oleh penulis terhadap 20 responden, dapat terlihat bahwa 11 dari 20 responden mengatakan enggan untuk melakukan pembelian ulang di Restoran Solaria. Hal itulah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai niat beli ulang responden terhadap Restoran Solaria.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* (X) terhadap *Repurchase Intention* (Y) konsumen yang diberikan oleh Restoran Solaria Trans Studio Mall Bandung. Tujuan lainnya adalah untuk mengetahui apakah *Food Quality* berpengaruh secara Bersama-sama terhadap *Repurchase Intention* konsumen Restoran Solaria Trans Studio Mall Bandung.

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian eksplanatori dan kuantitatif. Penulis mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan kriteria yaitu pernah melakukan pembelian di Restoran Solaria Trans Studio Mall Bandung. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis linear sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang pada Restoran Solaria Trans Studio Mall Bandung. Hasil analisis lainnya yaitu variabel independen dan dependen memiliki pengaruh secara simultan terhadap niat beli ulang karena mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,05.

Kata kunci : Kualitas Makanan, Niat Beli Ulang, kuantitatif.

ABSTRACT

In this day and age, globalization has become part of all aspects of human life, from technology, transportation, to human lifestyle. One example of a changing human lifestyle can be seen from how each individual wants fast food. One of the fast food restaurants is Solaria. Based on the results of the preliminary research conducted by the author on 20 respondents, it can be seen that 11 out of 20 respondents said they were reluctant to make repeat purchases at Solaria Restaurant. This is what makes the writer interested in conducting further research on the repurchase intention of respondents to Solaria Restaurant.

This study aims to determine the effect of Food Quality (X) on consumers' Repurchase Intention (Y) given by Solaria Trans Studio Mall Bandung Restaurant. Another objective is to find out whether Food Quality has a joint effect on the repurchase intention of consumers at Solaria Trans Studio Mall Bandung Restaurant.

The research method used is explanatory and quantitative research. The author collects data by distributing questionnaires to 100 respondents with the criteria that they have made a purchase at the Solaria Trans Studio Mall Bandung Restaurant. This research uses descriptive analysis and simple linear analysis.

The results of this study indicate that food quality has a positive effect on repurchase intentions at the Solaria Trans Studio Mall Bandung Restaurant. The results of other analysis, namely the independent and dependent variables have a simultaneous influence on repurchase intentions because they get a significance value of 0.000, which is smaller than 0.05.

Keywords: Food Quality, Repurchase Intention, quantitative.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala berkat dan pimpinan-Nya, penulis dapat menyelesaikan seluruh proses skripsi ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan semaksimal mungkin dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Food Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Pada Restoran Solaria di Trans Studio Mall Bandung.” Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi banyak kesulitan, baik berasal dari pihak lain maupun pihak penulis sendiri. Namun dengan berkat dan anugerah dari Tuhan dan berbagai pihak yang telah memberi dorongan, maka penulis dapat melewati kesulitan tersebut dan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kesalahan-kesalahan dan tidak sempurna dalam pengetikan, informasi, dan kata-kata yang tidak berkenan di hati pembaca.

Atas segala bimbingan, petunjuk, bantuan, dan binaan yang diperoleh serta atas kerja sama yang telah diberikan, penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA. selaku Ketua Prodi Manajemen dan Dosen Pembimbing yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk membuat karya tulis ini
2. Keluarga penulis, terutama kedua orang tua yang selalu mendukung dan memberi motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan karya tulis
3. Elaine V.B Kustedja, SE., MA. selaku dosen wali yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama penulis menjalani masa perkuliahan.
4. Sahabat Tersayang sejak SD yaitu, Renata Widyawan, Keefe Matthew, Grisselda Amadea, Nathania Devina, Timothy Nathaniel, Brenda Christina, Marissa Adela, Yehezkiel Putra, Januar Yohansah, Sherlyn Coline yang selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun materiil hingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat Terbaik sejak SMP, yaitu Raymond Jelin, Joanne Natasha, Bryan Hensen, Naftalia Setiadi, Anggie Arivia, Velicia Ferren, dan Nadya Chandra yang telah memberikan dorongan dan motivasi saat menyelesaikan skripsi ini.

6. Sahabat Tercinta sejak SMA yaitu Natasha, Oky Oktavianto, Lewis Fernando, Kenny Juan, Jocelynda Leonardo, Gabriella Vivian, Gabriella Leovin, Rachel Wirjadi, Eunice Gracia, Eva Natalie, Elvina Rosalie, Vania Della, Veronica Henesza, Regina Phoenix, Stephina Tirana, Viyoneta yang selalu memberikan motivasi serta dukungan agar penulis dapat cepat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat Tersayang saat mulai memasuki masa perkuliahan, yaitu Gracia Putri, Vincent Christian, Monica Setiawan, Alicia Nelsa, Villiam Rico, Mellisa Triza, yang selalu menemani penulis dikala suka dan duka saat menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
8. Sahabat Tercinta di Perkuliahan Lauren Angelica, Sherlen Febrian, Bianca Widjaja, Ameera Dea, Nadya Arlinda, Shafa Dena, Louella Belle, Agnes Lim, Syania Dhea, Fiona Roseline, Marcela Celine, Jeannie Yahya, Wulan Apsari, Reyna Lumunon, Hereyna Aretha, Yulia Sinatra, Galih Arkananta, Agi Akmal, Hafiz Ibnu, Stefanus Alexander, Richard, Glenn Nathaniel, Prajna Ganendra, dan Rico Alexander yang telah menemani dan bersama-sama berjuang menjalani masa kuliah mulai dari semester 1 hingga penyelesaian skripsi ini.
9. Keluarga Besar Manajemen UNPAR angkatan 2018
10. Teman-teman lainnya yang penulis tidak dapat disebutkan satu per satu.

Harapan penulis adalah agar setiap pembaca skripsi ini dapat mengetahui pengaruh *Food Quality* terhadap *Repurchase Intention*. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Penulis bersedia menerima kritik dan saran dari pembaca sebagai bahan introspeksi diri penulis untuk kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 26 Juli 2022

Penulis

Daftar Isi

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Tabel	viii
Bab 1 <u>P</u> endahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kerangka Pemikiran	10
Bab 2 <u>T</u> injauan Pustaka.....	13
2.1 Restoran Cepat Saji	13
2.2 Kualitas Makanan.....	14
2.2.1 Dimensi Kualitas Makanan	15
2.3 Niat Beli Ulang.....	16
2.3.1 Indikator Niat Beli Ulang.....	16
2.4 Penelitian Terdahulu.....	17
Bab 3 <u>M</u> etode Dan Objek Penelitian.....	20
3.1 Metode Penelitian.....	20
3.1.1 Jenis Penelitian.....	20
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.1.3 Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.1.4 Operasionalisasi Variabel/Alur Penelitian	22
3.1.5 Teknik Pengolahan Data	27
3.1.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.1.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.2 Objek Penelitian	32
3.2.1 Profil Restoran Solaria	32
3.2.2 Profil Responden.....	33
Bab 4 <u>H</u> asil dan Pembahasan	36
4.1. Persepsi Konsumen terhadap <i>Food Quality</i> Restoran Trans Studio Mall Bandung.....	36
4.2 Persepsi Konsumen terhadap Niat Beli Ulang di Restoran Solaria Trans Studio Mall Bandung (<i>Repurchase Intention</i>).....	44

4.3	Analisis Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Konsumen Pada Restoran Solaria Di Trans Studio Mall Bandung.....	47
4.3.1	Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas.....	47
4.4	Analisis Linear Sederhana.....	48
4.4.1	Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	48
Bab 5	Kesimpulan Dan Saran	50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran.....	51
	DAFTAR PUSTAKA	55

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Makanan Dan Minuman Terhadap PDB.	1
Gambar 1.2 Data Restoran Favorit Konsumen Tahun 2020	2
Gambar 1.3 Keadaan Restoran Solaria Trans Studio Mall Saat Kunjungan.....	4
Gambar 1.4 Diagram Mengenai Kualitas Produk Solaria.....	5
Gambar 1.5 Diagram Niat Pembelian Ulang Konsumen	6
Gambar 1.6 Ulasan Konsumen Pada Situs Web Komunitas Wisata	8
Gambar 1.7 Hasil Kerangka Pemikiran	12
Gambar 3.1 Logo Restoran Solaria.....	33
Gambar 3.2 Jenis Kelamin Responden	33
Gambar 3.3 Usia Responden.....	34
Gambar 3.4 Pekerjaan Responden	34
Gambar 3.5 Jumlah Responden Yang Pernah Mengunjungi Restoran Fast Food	35
Gambar 4.1 Porsi Makanan Di Restoran Solaria	40
Gambar 4.2 Menu Makanan Di Restoran Solaria	41
Gambar 4.3 Ulat Pada Salah Satu Makanan Konsumen	42
Gambar 4.4 Keluhan Konsumen	42
Gambar 4.5 Daging Pada Makanan Konsumen Yang Tidak Matang.....	43
Gambar 4.6 Hasil Pengujian Kolmogorov Smirnov Dengan Metode Monte-Carlo	47
Gambar 4.7 Hasil Pengujian Skewness Dan Kurtosis	48
Gambar 4.8 Hasil Uji F	49
Gambar 5.1 Plating Makanan yang Menarik	54
Gambar 5.2 Kolaborasi Brand Makanan.....	53

Daftar Tabel

Table 1.1 Jumlah pengunjung Restoran Solaria Trans Studio Mall.....	3
Table 1.2 Hasil Preliminary Research.....	4
Table 1.3 Hasil Preliminary Research.....	5
Table 1.4 Hasil Preliminary Research.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.2 Likert Scale	27
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Pearson : <i>Food Quality</i>	28
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Pearson : <i>Repurchase Intention</i>	29
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Pearson : <i>Food Quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	29
Tabel 3.6 Tabel Rentang Skala Pada Setiap Kategori.....	31
Tabel 4.1 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Food Quality</i> Pada Restoran Solaria Trans Studio Mall Bandung	36
Tabel 4.2 Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Restoran Solaria Trans Studio Mall Bandung.	44

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	63
Lampiran 3 Hasil Perhitungan SPSS	68

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

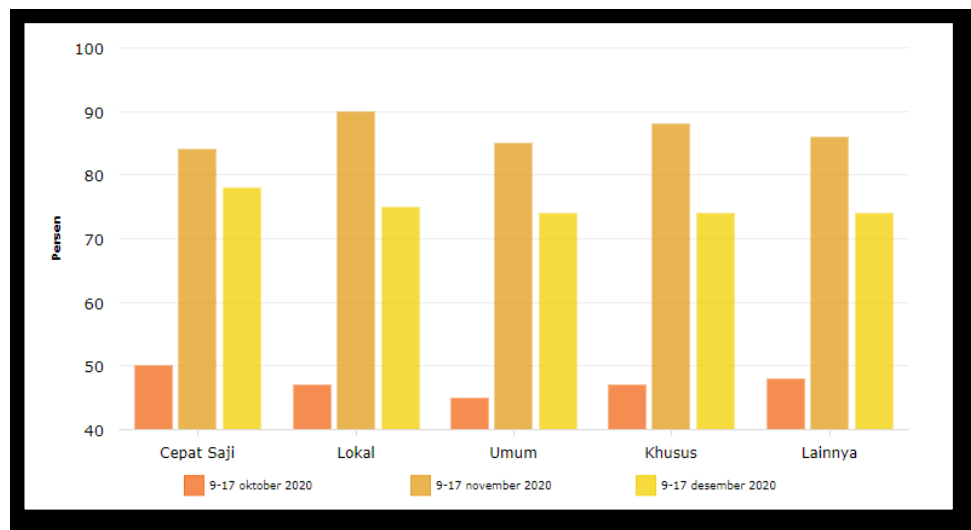
Di zaman sekarang ini, globalisasi telah menjadi bagian dari seluruh aspek kehidupan manusia, mulai dari teknologi, transportasi, hingga gaya hidup seseorang. Sekarang, masyarakat sangat menunjukkan gaya hidupnya masing-masing, hal ini dikarenakan gaya hidup membuat setiap individu ingin mengontrol dan memainkan peranan mereka sendiri. Salah satu contoh gaya hidup manusia yang mengalami perubahan terlihat dari bagaimana setiap individu menginginkan makanan cepat saji. Hal ini dikarenakan makanan cepat saji dapat menghemat waktu dan rasa yang tentu enak. Menurut Kementerian Perindustrian (2020) disebutkan bahwa sektor makanan dan minuman memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dimana kontribusi terhadap industri pengolahan non-migas berada pada angka 38,29 persen dan terhadap PDB nasional sebesar 6,85 persen. Hal ini menjadikan pertumbuhan mencapai 1.66% pada tahun 2020 dan menjadikan industri makanan dan minuman menjadi industri prioritas utama yang perlu untuk dikembangkan.



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Terhadap PDB

Sumber : www.indonesiadevelopmentforum.com

Salah satu industri makanan dan minuman yang menjadi prioritas utama untuk dikembangkan adalah industri makanan dan minuman yang bergerak dalam kategori restoran cepat saji. Restoran cepat saji merupakan sebuah restoran yang dapat menyajikan makanan dan minuman dalam waktu yang singkat. Hingga akhir tahun lalu, restoran cepat saji menjadi restoran favorit konsumen dimana tingkat kunjungannya mencapai 78%, sedikit lebih tinggi dibandingkan restoran lokal yang berada di angka 75% seperti yang dilampirkan dalam gambar 1.2



Gambar 1.2 Data restoran favorit konsumen tahun 2020

Sumber : *databoks.katadata.co.id*.

Salah satu restoran cepat saji tersebut adalah Solaria. Solaria merupakan restoran cepat saji yang dibangun pada tahun 1991 di Lippo Cikarang, Tangerang, oleh Aliuyanto. Restoran Solaria ini baru terkenal di kalangan masyarakat pada tahun 1995, namun pada tahun 1998, 6 gerai Solari harus tutup dikarenakan kegaduhan sosial. Pada mulanya Restoran Solaria ini masih berbentuk kedai dan berada di sebuah ruko. Awalnya Solaria hanya memiliki 4 karyawan, namun seiring berjalannya waktu, karyawan di Restoran Solaria sudah mencapai ribuan karyawan dan sudah tersebar di 55 kota besar dengan lebih dari 200 gerai. Salah satu gerai solaria tersebut berada di Bandung yang tersebar di 10 tempat yang berbeda. Dari beberapa gerai yang berada di Bandung, penulis memilih Solaria Trans Studio Bandung. Hal ini dikarenakan penulis merasakan kurangnya kualitas makanan dan kebersihan makanan dibandingkan dengan Solaria di daerah Bandung lainnya. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, dapat ditemukan bahwa konsumen

enggan untuk melakukan pembelian ulang di restoran solaria dikarenakan kebersihan toko yang tidak terjaga serta pelayanan kepada konsumen yang kurang baik. Dari hasil observasi yang penulis lakukan terhadap salah satu gerai solaria didapatkan hasil penurunan jumlah konsumen yang datang.

Table 1.1 Jumlah pengunjung Restoran Solaria Trans Studio Mall

Hari ke-1	Hari ke-2	Hari ke-3
Makan siang : 15 orang	Makan siang : 12 orang	Makan siang : 13 orang
Makan malam : 24 orang	Makan malam : 20 orang	Makan malam : 23 orang

Hari ke-4	Hari ke-5	Hari ke-6
Makan siang : 11 orang	Makan siang : 19 orang	Makan siang : 27 orang
Makan malam : 22 orang	Makan malam : 28 orang	Makan malam : 26 orang

Hari ke-7
Makan siang : 24 orang
Makan malam : 27 orang

Sumber : Hasil Olah Data Penulis



Gambar 1.3 keadaan Restoran Solaria Trans Studio Mall saat kunjungan
 Sumber : penulis

Penulis pun melakukan *preliminary research* terhadap 20 konsumen yang pernah mengunjungi restoran Solaria mengenai gambaran awal tentang bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Solaria dengan menggunakan *google form*.

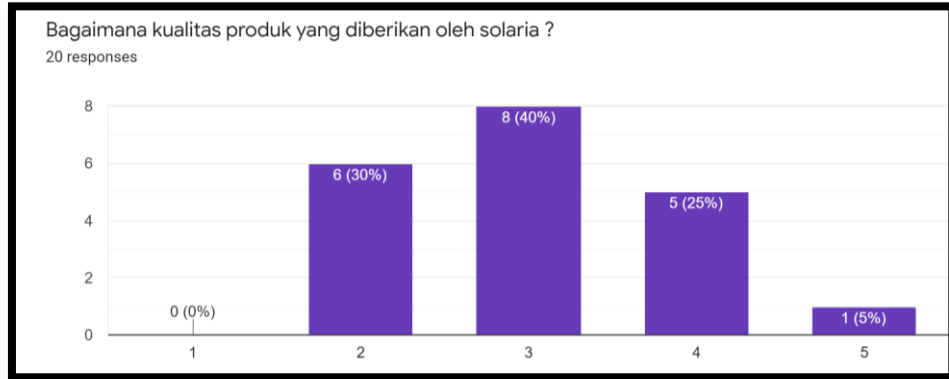
Table 1.2 Hasil Preliminary Research

No.	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah
1.	Usia	18 - 20 tahun	2 orang
		21 - 26 tahun	18 orang
		> 26 tahun	-
2.	Jenis Kelamin	Pria	13 orang
		Wanita	7 orang

Sumber : Hasil Olah Data Penulis

Selanjutnya, penulis menanyakan mengenai kualitas makanan apakah sudah sesuai dengan produk yang ditawarkan seperti kebersihan makanan yang disediakan. Dari pertanyaan selanjutnya ini, penulis mengharapkan dapat mendapatkan informasi yang lebih dalam, sehingga

dapat terlihat permasalahan mengenai kualitas makanan pada restoran solaria.



Gambar 1.4 Diagram Mengenai Kualitas Produk Solaria

Sumber : penulis

Dari gambar 1.4, didapatkan data bahwa dari 20 responden, sebanyak 6 orang merasa kurang puas akan kualitas makanan solaria , 8 orang merasa cukup puas akan kualitas makanan solaria, 5 orang merasa puas akan kualitas makanan solaria, dan 1 orang merasa sangat puas akan kualitas makanan solaria. Dari jawaban tersebut, penulis menanyakan juga alasan responden memberikan skala tersebut, dan berikut data yang didapatkan

Table 1.3 Hasil Preliminary Research

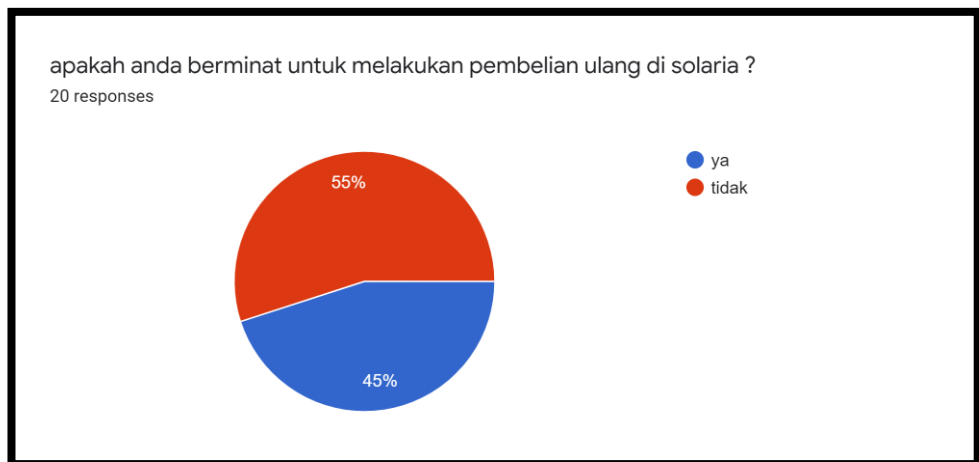
No.	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah
1.	Mengapa memberikan skala tersebut?	rasanya yang enak dan porsi nya banyak	5 orang
		makanan kurang fresh dan higienis	5 orang
		makanannya kotor	4 orang

Tabel Dilanjutan ke Halaman 6

Tabel Lanjutan dari Halaman 5

		rasanya yang berubah-ubah setiap restoran	3 orang
		terdapat binatang di makanannya	2 orang
		makanannya sangat berminyak	1 orang

Sumber : Hasil Olah Data Penulis



Gambar 1.5 Diagram Niat Pembelian Ulang Konsumen

sumber : penulis

Dari gambar 1.5, didapatkan data bahwa bahwa 55% responden enggan untuk melakukan pembelian ulang di solaria dan 45% lainnya mengatakan masih berminat untuk melakukan pembelian ulang di solaria. Lalu, penulis menanyakan alasan mengapa responden memilih jawaban tersebut dan berikut data yang penulis dapatkan.

Table 1.4 Hasil Preliminary Research

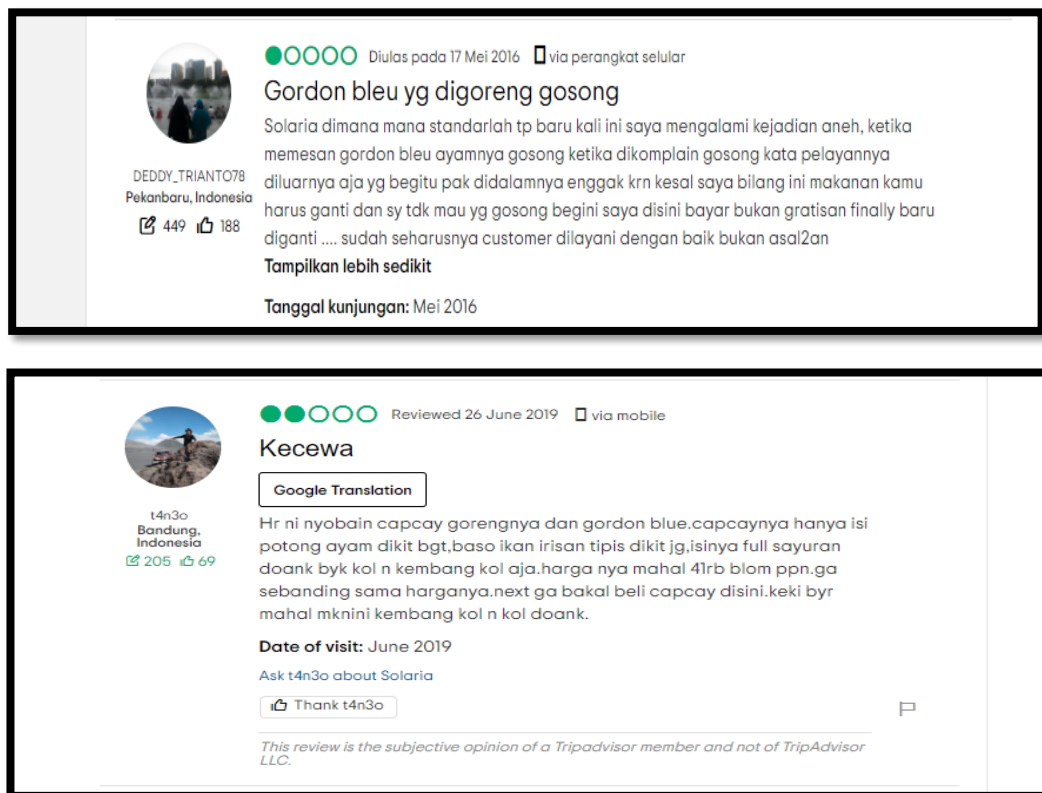
No.	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah
1.	Alasan mengapa memilih jawaban tersebut ? (Jawaban Negatif)	kurang menyukai makanannya	2 orang
		makanan dan tempatnya kurang higienis	4 orang
		harganya cukup mahal	2 orang
		lebih memilih restoran lain apabila ada restoran lain	4 orang
	Alasan mengapa memilih jawaban tersebut ? (Jawaban Positif)	harga dan rasa yang sebanding	6 orang
		hanya kalau terdesak saja	2 orang

Sumber : Hasil Olah Data Penulis

Solaria yang merupakan rumah makan cepat saji yang menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman mulai dari makanan *western* hingga makanan lokal sudah cukup terkenal di kalangan masyarakat. Akan tetapi, dalam news.detik.com yang ditulis oleh Rani Sukarani mengenai *U n c t k c " V k f c m " J k f c p " N c* yang diakses pada 12 Oktober 2021, Solaria memiliki pelayanan yang kurang memuaskan konsumennya. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah ketika konsumen meminta pelayan di Solaria untuk membersihkan meja dan piring kotor, konsumen juga diharuskan untuk menunggu makanannya datang dalam jangka waktu yang cukup lama, selain itu konsumen juga merasa para pelayan di

solaria kurang ramah saat melayani konsumen. Padahal, konsumen memiliki peranan yang begitu penting dalam kemajuan suatu bisnis, hal ini dikarenakan

apabila tidak ada konsumen, maka bisnis tersebut juga tidak akan berjalan lancar. Namun, di satu sisi konsumen di Restoran solaria justru mendapatkan perlakuan yang kurang ramah. Selain berbicara mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Solaria, konsumen pun merasa kualitas makanan yang diberikan tidak higienis. Berdasarkan hasil dari *secondary data* yang penulis peroleh dari tripadvisor dan zomato, dikatakan bahwa sebagian besar konsumen mengatakan bahwa bagi mereka, kualitas makanan yang diberikan Solaria masih buruk. Hal ini terlihat dari rasa makanan yang kadang takarannya tidak pas kadang terlalu asin ada juga yang rasanya tawar. Konsumen juga merasa pelayanan yang mereka dapatkan belum sesuai dengan apa yang mereka harapkan sehingga mengurangi niat beli ulang di Restoran Solaria.



Gambar 1.6 Ulasan konsumen pada situs web komunitas wisata

Sumber : Tripadvisor.com

Restoran solaria perlu untuk memperhatikan tingkat minat beli ulang konsumen. Dengan memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang baik serta kualitas makanan yang sesuai, maka dapat membuat konsumen akan melakukan pembelian secara berulang di restoran solaria, dimana nantinya tinggi angka minat beli ulang konsumen tersebutlah yang akan menjadi indikator keberhasilan untuk restoran solaria tersebut. Hal ini dilakukan dengan maksud untuk membuat perusahaan dapat menetapkan tujuan utamanya untuk meningkatkan niat beli ulang konsumen. Perusahaan perlu melihat pentingnya memuaskan konsumen dengan menawarkan kualitas makanan dan kualitas pelayanan sehingga terwujud angka niat beli yang tinggi.

Restoran solaria perlu untuk menjaga kualitas makanan yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini perlu mendapatkan perhatian penting karena kualitas makanan yang baik dapat memuaskan keinginan dan harapan konsumen. Menurut Kotler dalam Widya dan Abdul (2019) dikatakan bahwa kualitas sebuah makanan merupakan positioning utama pemasar. Memberikan kualitas makanan yang baik tentunya akan menguntungkan kedua belah pihak. Pihak restoran diuntungkan karena mendapatkan citra yang baik dan mendapatkan keuntungan dari bisnisnya tersebut, sedangkan dari pihak konsumen diuntungkan karena mendapatkan rasa makanan yang terbaik serta merasa puas dengan makanan yang disajikan. Berdasarkan uraian diatas maka, masih diperlukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas makanan terhadap minat beli konsumen dengan judul penelitian yang dilakukan adalah **õ R g p i Food Quality Terhadap Repurchase Intention**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dari uraian latar belakang diatas pada penelitian ini, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana persepsi konsumen tentang *food quality* di Restoran Solaria Bandung?
2. Bagaimana persepsi konsumen tentang *repurchase intention* konsumen di Restoran Solaria Trans Studio Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *food quality* di Restoran Solaria Bandung terhadap *repurchase intention* konsumen di Restoran Solaria Trans Studio Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang *food quality* di Restoran Solaria Bandung?
2. Untuk mengetahui minat beli ulang konsumen di Restoran Solaria Bandung?
3. Untuk mengetahui pengaruh *food quality* di Restoran Solaria Bandung terhadap minat beli ulang konsumen di Restoran Solaria Trans Studio Bandung

1.4 Kerangka Pemikiran

Restoran pada umumnya merupakan sebuah usaha yang memberikan jasa campuran (*hybrid*). Hal ini dikarenakan konsumen yang datang ke restoran tidak hanya menilai dari kualitas makanan yang ditawarkannya saja, melainkan kualitas pelayanan yang diberikan juga menjadi salah satu yang dinilai oleh konsumen. Kedua hal tersebutlah yang nanti menjadi tolak ukur suatu keberhasilan perusahaan atau bisnis, dimana apabila konsumen memiliki pandangan yang baik terhadap sebuah restoran maka tingkat minat beli ulang konsumen terhadap makanan dari restoran tersebut juga akan tinggi. Menurut Megantara (2016) disebutkan bahwa minat beli ulang merupakan sebuah niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap makanan yang pernah dibeli pada masa lalu. Menurut Joseph, *et al* (2012) menyebutkan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi minat beli ulang pada konsumen, salah satunya adalah kualitas makanan. Menurut Potter dan Hotchkiss (2012) disebutkan bahwa kualitas makanan merupakan bagaimana sebuah produk memiliki *value* dan keunggulan yang dapat memuaskan penggunaanya baik secara fisik maupun psikologis serta guna untuk menunjukkan sifat dari produk tersebut baik dinyatakan maupun tersirat. Rozekhi *et al.*, (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada 6 dimensi yang bersumber dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Kivela *et al.*, (1999), Johns and Tyas (1996), dan Namkung and Jang (2007). Macam-macam dimensi tersebut adalah :

1. *Presentation*

Presentation mengacu pada teknik pelapisan makanan, dihias secara atraktif untuk menarik perhatian pelanggan agar dapat memenuhi persepsi pelanggan tentang kualitas.

2. *Menu Variety*

Restoran harus menawarkan banyak variasi menu kepada pelanggan dalam food service karena pelanggan pada umumnya adalah individu dari berbagai latar belakang budaya, etnis, dan ekonomi, dan sebagian besar memiliki preferensi makanan yang tepat. Variasi menu diperlukan untuk melayani berbagai preferensi makan dari pelanggan lain-lain

3. *Healthy Options*

makanan sehat mungkin memiliki pengaruh yang signifikan pada evaluasi yang dirasakan pelanggan tentang pengalaman restoran. Banyak pelanggan restoran yang peduli dengan kesehatan mereka, sehingga ketersediaan bahan makanan bergizi menjadi semakin penting sebagai salah satu sifat inti dari kepuasan bersantap.

4. *Taste*

Banyak pelanggan telah menjadi ahli makanan, sehingga rasa makanan di restoran menjadi semakin penting. Maka tidak heran jika restoran kumuh dengan masakan gourmet dipadati pelanggan. Selain itu, rasa biasanya diyakini mempengaruhi kepuasan pelanggan restoran.

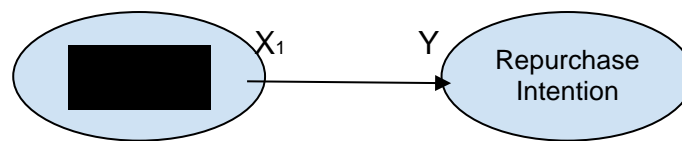
5. *Freshness*

Kesegaran biasanya mengacu pada keadaan segar makanan yang berkaitan dengan renyah, juicy dan aroma. Studi sebelumnya telah mengilustrasikan kesegaran makanan yang terkenal sebagai isyarat kualitas intrinsik yang penting

6. *Temperature*

Temperature suhu mempengaruhi cara mendapatkan cita rasa makanan yang telah disediakan; ini akan berinteraksi dengan sifat sensorik lainnya seperti rasa, bau dan penglihatan. Kemudian, suhu dapat dianggap sebagai salah satu penentu kesenangan yang mempesona dalam pengalaman makanan

Penelitian sebelumnya yang telah melakukan studi mengenai hubungan antara kualitas makanan dengan *repurchase intention* telah dilakukan oleh Ghassani (2017), Mahendra dan Rinawati (2020.), Bangun (2020), dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *food quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *repurchase intention*. Berdasarkan uraian diatas maka model kerangka pemikiran adalah seperti gambar 1.6.



Gambar1.7 Hasil Kerangka Pemikiran

Sumber : Penulis

Melalui pengujian hipotesis maka keputusan dapat dibuat, yaitu keputusan untuk menolak atau menerima suatu hipotesis. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dihasilkan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu :

H_1 : *Food Quality* Berpengaruh Positif Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Di Restoran Solaria Trans Studio Mall Bandung.