

**USULAN PERBAIKAN PADA RUMAH MAKAN  
WE&JOY BERDASARKAN FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI NIAT BELI ULANG KONSUMEN**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

Nama : Edwardo Adriel Christianto

NPM : 6131901042



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2023**

**USULAN PERBAIKAN PADA RUMAH MAKAN  
WE&JOY BERDASARKAN FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI NIAT BELI ULANG KONSUMEN**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

Nama : Edwardo Adriel Christianto

NPM : 6131901042



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2023**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Edwardo Adriel Christianto  
NPM : 6131901042  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN PADA RUMAH MAKAN WE&JOY  
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
NIAT BELI ULANG KONSUMEN

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 9 Februari 2023  
**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**

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

**Pembimbing Tunggal**

  
(Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M.)

**PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU  
MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Edwardo Adriel Christianto

NPM : 6131901042

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

USULAN PERBAIKAN PADA RUMAH MAKAN WE&JOY BERDASARKAN  
FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI ULANG KONSUMEN

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

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

Bandung, 09 Februari 2023



Edwardo Adriel Christianto

NPM: 6131901042

## ABSTRAK

We&Joy merupakan rumah makan di Kota Bandung yang menjual berbagai olahan nasi dengan cita rasa Indonesia dengan menggunakan *hot plate*. Dalam 13 bulan terakhir, We&Joy belum mampu mencapai target penjualannya setiap bulannya. Pemilik rumah makan menduga hal ini disebabkan varian menu yang sedikit, kurangnya pemasaran dengan media sosial serta banyaknya kompetitor di sekitar. Hal ini yang memengaruhi niat beli ulang di rumah makan We&Joy. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi niat beli ulang konsumen. Pengembangan model penelitian dilakukan berdasarkan hasil studi literatur dan wawancara dengan pemilik serta konsumen We&Joy. Dalam penelitian terdapat 12 hipotesis yang menggunakan 12 variabel yaitu kualitas layanan, kualitas makanan, pelanggan lainnya, harga, atmosfer, kepuasan pelanggan, *variety seeking tendency*, lokasi, promosi, reputasi restoran, kepercayaan, dan niat beli ulang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Dari hasil kuesioner diperoleh 154 data, yang selanjutnya dilakukan pengujian model penelitian dengan menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Dari nilai *total effect*, diketahui bahwa variabel yang memengaruhi niat beli ulang adalah atmosfer, kepercayaan, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, harga, promosi, reputasi restoran, dan *variety seeking tendency*. Penentuan prioritas usulan perbaikan akan dilakukan dengan *Importance-Performance Map Analysis* (IPMA) dimana variabel promosi dan harga merupakan variabel yang menjadi prioritas perbaikan. Terdapat 6 usulan perbaikan yang diberikan dan telah diterima oleh pihak Rumah Makan We&Joy untuk diimplementasikan. Usulan berupa media promosi, penambahan pegawai yang berperan mengatur konten media serta bagaimana cara menyesuaikan harga dengan harapan dari konsumen.

## **ABSTRACT**

*We&Joy is a restaurant in Bandung that sells various hot plate rice with Indonesian flavors. In the last 13 months, We&Joy has not been able to consistently achieve its target income. The restaurant owner suspects that this is due to the limited menu options, lack of social media marketing, and the high number of competitors in the area. These factors are affecting customer repurchase intention at We&Joy. Therefore, this study was conducted to determine the factors that affect customer repurchase intention. The research model was developed based on a literature review and interviews with the owner and customers of We&Joy. The research includes twelve hypotheses that use twelve variables: service quality, food quality, other customers, price, atmosphere, customer satisfaction, variety-seeking tendency, location, promotion, restaurant reputation, trust, and customer repurchase intention. Data collection was done using a questionnaire. A total of 154 data were obtained from the questionnaire, which was then tested using the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. Based on the total effect, the factors that significantly affect customer repurchase intention are atmosphere, trust, customer satisfaction, service quality, price, promotion, restaurant reputation, and variety-seeking tendency. The prioritization of proposed improvements will be done using the Importance-Performance Map Analysis (IPMA), where the promotion and price variables are the priority for improvement. Six proposed improvements have been given and accepted to be implemented by We&Joy Restaurant. Proposals in the form of promotional media, additional employees who regulate social media content, and how to adjust prices to fit consumer expectations.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan-Nya selama proses penelitian skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan pada Rumah Makan We&Joy Berdasarkan Faktor yang Memengaruhi Niat Beli Ulang Konsumen”. Laporan skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan kelulusan.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan, bantuan, hingga dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing penulis yang sudah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya dalam proses penyusunan laporan skripsi ini.
2. Bapak Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE. dan Ibu Yani Herawati, S.T., M.T. selaku dosen penguji penulis yang sudah memberikan banyak masukan kepada penulis.
3. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku koordinator skripsi yang sudah memberikan banyak informasi terkait skripsi.
4. Pemilik Rumah Makan We&Joy yang sudah mengizinkan peneliti melakukan penelitian di rumah makannya.
5. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
6. Keluarga dari penulis yang selalu memberikan motivasi serta dukungan kepada penulis.
7. Adi Yudhatama, Sean Logi, Michael Tjoe, Matthew Seen, Juan Christhio, Philo Abel, Karuna Adiarti S., Theodore Setiawan yang menjadi teman dari penulis sejak SMA yang turut membantu dalam penelitian skripsi ini.
8. Rekan kerja praktik, Michael Budi S. dan Sean Andrew yang membantu selama proses penelitian ini.
9. Teman-teman Teknik Industri Angkatan 2019 Kelas C yang menjadi teman selama perkuliahan.

10. Pihak-pihak lain yang turut membantu dalam proses penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik, saran, dan komentar dari pembaca guna membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

Bandung, 03 Januari 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-9
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-9
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-10
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-10
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>II-1</b>
II.1 Model Niat Beli Ulang.....	II-1
II.1.1 Model Manaan et al. (2019).....	II-1
II.1.2 Model Abdullah et al. (2022).....	II-2
II.2 Restoran.....	II-3
II.3 Perilaku Konsumen .....	II-4
II.4 Niat Beli Ulang.....	II-7
II.5 Skala Pengukuran .....	II-8
II.6 Teknik Sampling.....	II-9
II.6.1 <i>Probability Sampling</i> .....	II-9
II.6.2 <i>Non-Probability Sampling</i> .....	II-10
II.7 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	II-11
II.8 <i>Partial Least Squares</i> SEM (PLS-SEM).....	II-11
II.9 <i>Importance-Performance Map Analysis</i> .....	II-14
<b>BAB III PENGUMPULAN DATA DAN PENGUJIAN MODEL PENELITIAN ..</b>	<b>III-1</b>

III.1	Model Penelitian .....	III-1
III.2	Definisi Operasionalisasi Variabel .....	III-6
III.3	Pengumpulan Data .....	III-11
III.3.1	Pembuatan Kuesioner Penelitian .....	III-11
III.3.2	<i>Pre-Test</i> Kuesioner Penelitian .....	III-11
III.3.3	Pengumpulan Data .....	III-12
III.4	Profil Responden .....	III-13
III.5	Pengujian Model Penelitian .....	III-14
III.5.1	Pengujian Model Pengukuran .....	III-15
III.5.2	Pengujian Model Struktural .....	III-24
III.6	Persepsi Responden Terhadap We&Joy .....	III-28
III.7	Penentuan Prioritas Perbaikan .....	III-29
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN USULAN .....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1	Analisis Profil Responden .....	IV-1
IV.2	Analisis Pengujian Model Penelitian .....	IV-2
IV.3	Analisis Niat Beli Ulang di We&Joy .....	IV-5
IV.4	Analisis Penentuan Prioritas Perbaikan .....	IV-5
IV.5	Usulan Perbaikan .....	IV-6
IV.5.1	Usulan Perbaikan Variabel Promosi .....	IV-6
IV.5.2	Usulan Perbaikan Variabel Harga .....	IV-9
IV.5	Evaluasi Usulan Perbaikan .....	IV-10
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>V-1</b>
V.1	Kesimpulan .....	V-1
V.2	Saran .....	V-2
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Faktor yang Dipertimbangkan Responden untuk Datang Kembali.....	I-7
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel .....	III-6
Tabel III.2 Profil Responden .....	III-13
Tabel III.3 Hasil <i>Internal Consistency Reliability</i> .....	III-16
Tabel III.4 Hasil <i>Outer Loading</i> Iterasi Pertama.....	III-16
Tabel III.5 Hasil <i>Composite Reliability</i> Iterasi Pertama .....	III-18
Tabel III.6 Hasil AVE Iterasi Pertama .....	III-18
Tabel III.7 Hasil <i>Outer Loading</i> Iterasi Kedua .....	III-18
Tabel III.8 Hasil <i>Composite Reliability</i> Iterasi Kedua .....	III-19
Tabel III.9 Hasil AVE Iterasi Kedua .....	III-19
Tabel III.10 Hasil <i>Outer Loading</i> Iterasi Ketiga .....	III-20
Tabel III.11 Hasil <i>Composite Reliability</i> Iterasi Ketiga .....	III-20
Tabel III.12 Hasil AVE Iterasi Ketiga.....	III-20
Tabel III.13 Hasil <i>Outer Loading</i> Iterasi Ketiga .....	III-20
Tabel III.14 Hasil <i>Internal Consistency Reliability</i> Setelah Penghapusan .....	III-21
Tabel III.15 Hasil <i>Outer Loading</i> Setelah Penghapusan.....	III-22
Tabel III.16 Hasil AVE Setelah Penghapusan .....	III-23
Tabel III.17 Hasil HTMT .....	III-23
Tabel III.18 Hasil <i>Collinearity Assessment</i> .....	III-24
Tabel III.19 Hipotesis Penelitian dalam Pengujian Model Struktural.....	III-25
Tabel III.20 Hasil <i>Path Coefficient Analysis</i> .....	III-26
Tabel III.21 Hasil <i>Total Effect Analysis</i> .....	III-26
Tabel III.22 Hasil <i>Coefficient of Determinants (R<sup>2</sup>)</i> .....	III-27
Tabel III.23 Nilai Persepsi Responden We&Joy .....	III-28
Tabel III.24 Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> .....	III-30
Tabel IV.1 Rekapitulasi Usulan Promosi .....	IV-9
Tabel IV.2 Rekapitulasi Usulan Harga.....	IV-10
Tabel IV.3 Rekapitulasi Evaluasi Usulan Perbaikan .....	IV-11



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jumlah Rumah Makan/Restoran di Kota Bandung (2018-2021).....	I-2
Gambar I.2 Rumah Makan We&Joy .....	I-2
Gambar I.3 Tampilan Produk We&Joy .....	I-3
Gambar I.4 <i>Sales</i> dan Target Penjualan We&Joy .....	I-4
Gambar I.5 Unggahan Instagram Terakhir We&Joy .....	I-6
Gambar I.6 Niat Datang Kembali Konsumen ke We&Joy.....	I-7
Gambar I.7 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian .....	I-12
Gambar II.1 Model Penelitian Manaan et al. (2019) .....	II-2
Gambar II.2 Model Penelitian Abdullah et al. (2022) .....	II-3
Gambar III.1 Model Penelitian Niat Beli Ulang Konsumen di Rumah Makan....	III-5
Gambar III.2 Hasil Uji Normalitas Multivariat .....	III-14
Gambar III.3 <i>Path Model</i> Penelitian.....	III-15
Gambar III.4 <i>Path Model</i> Setelah Penghapusan .....	III-21
Gambar III.5 Hasil Pengujian Model Struktural.....	III-27
Gambar III.6 IPMA We&Joy .....	III-30
Gambar IV.1 <i>Loyalty Card</i> .....	IV-7
Gambar IV.2 <i>Promotion Story</i> .....	IV-7
Gambar IV.3 <i>Banner</i> .....	IV-8



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

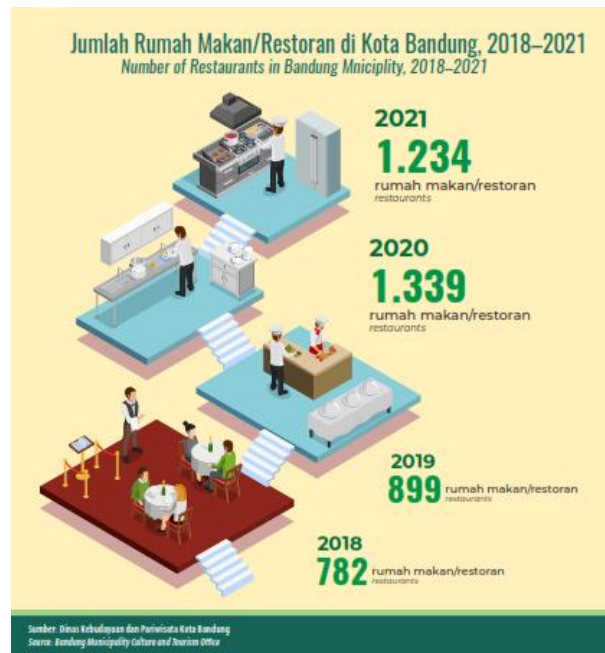
Pada bab awal ini akan dijabarkan mengenai pendahuluan dari penelitian yang dilakukan ini. Dalam pendahuluan akan membahas mulai dari latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembuatan batasan masalah dan asumsi penelitian yang dipakai, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Berikut merupakan penjelasan tiap subbabnya.

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

Industri makanan dan minuman adalah semua perusahaan yang terlibat dalam pemrosesan bahan makanan, pengemasan, cara pendistribusian dan cara penyajiannya hingga sampai ke konsumen (linovr.com, 2021). Semua jenis usaha yang menjadikan makanan dan minuman sebagai bisnis utamanya tergolong sebagai industri makanan dan minuman. Salah satu jenis industri makanan dan minuman adalah restoran dan rumah makan.

Bandung merupakan salah satu kota yang dikenal dengan industri makanan dan minumannya. Hal ini dapat dilihat pada Gambar I.1, di mana sejak tahun 2018 hingga 2020 jumlah restoran dan rumah makan di Kota Bandung selalu meningkat. Pada tahun 2018 di Bandung hanya terdapat 782 rumah makan dan restoran. Jumlah ini bertambah terus hingga 557 buah di tahun. Pertumbuhan angka ini sayangnya tidak berlanjut pada tahun 2021 di mana terdapat penurunan hingga 105 buah rumah makan dan restoran yang diakibatkan pandemi Covid-19.





Gambar I.1 Jumlah Rumah Makan/Restoran di Kota Bandung (2018-2021)  
(sumber: bandungkota.bps.go.id)

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan jumlah rumah makan dan restoran adalah penetapan Kota Bandung menjadi destinasi wisata kuliner nasional bersama Bali, Solo, Semarang, dan Yogyakarta oleh Kementerian Pariwisata di tahun 2017. Menurut Ridwan Kamil, dipilihnya Kota Bandung sebagai destinasi kuliner nasional ini dikarenakan di Kota Bandung sendiri memiliki ragam kuliner yang cukup variatif dan banyak inovasi (bandung.bisnis.com, 2017). Salah satu rumah makan di Kota Bandung yang melakukan inovasi tersebut adalah We&Joy.



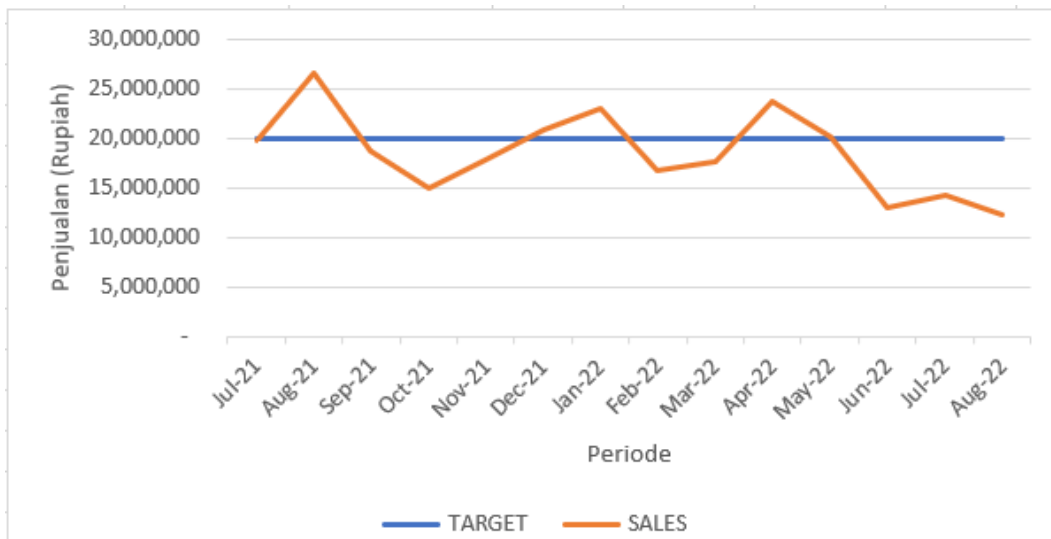
Gambar I.2 Rumah Makan We&Joy  
(Sumber: zomato.com)

We&Joy merupakan salah satu rumah makan yang berlokasi di Jalan Mekar Laksana 17A, Bandung. Pada Gambar I.2 merupakan tampilan depan dan dalam dari rumah makan We&Joy. We&Joy sendiri sudah berdiri sejak 2018 dan beroperasi beroperasi dari jam 11.00 sampai 20.00 WIB. Rumah makan ini menjual berbagai macam jenis makanan dan minuman. Untuk makanan sendiri, We&Joy menyediakan olahan *rice hot plate* khas cita rasa Indonesia dengan pilihan berbagai macam daging dan tambahan. Harga makanan yang ditawarkan berada di range Rp 30.000 – Rp 50.000 tergantung dari olahan bumbu dan daging yang dipilih. Berikut ditampilkan salah satu produk dari We&Joy pada Gambar I.3.



Gambar I.3 Tampilan Produk We&Joy  
(Sumber: [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com))

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik diketahui bahwa We&Joy masih belum mampu mencapai target pendapatan yang telah ditetapkan secara terus-menerus dalam 13 bulan terakhir. Target pendapatan yang digunakan ini didasarkan pada 2 komponen biaya yaitu gaji pegawai dan biaya operasional rumah makan. Berdasarkan grafik pada Gambar I.4 dapat dilihat bahwa hanya pada bulan Agustus 2021 yang hanya mencapai target pendapatan yang ditetapkan.



Gambar I.4 Sales dan Target Penjualan We&amp;Joy

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan di atas dapat dilihat bahwa Rumah Makan We&Joy masih belum mampu mencapai target penjualan tiap bulannya. Agar kondisi ini tidak berkelanjutan, maka hal ini perlu ditindak lanjuti lebih dalam lagi.

## I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Untuk menemukan penyebab permasalahan yang terjadi di Rumah Makan We&Joy, dilakukan identifikasi masalah dengan cara melakukan wawancara dengan pemilik dari rumah makan, pelanggan WeJoy dan juga pelanggan dari kompetitor. Wawancara dilakukan dengan pemilik rumah makan untuk menggali permasalahan internal yang dimiliki rumah makan. Hal ini bertujuan untuk mencari apa penyebab dari tidak tercapainya target pendapatan yang telah ditetapkan.

Pemilik rumah makan menduga penyebab tidak tercapainya target disebabkan dari banyaknya pembeli yang pernah datang, namun tidak kembali lagi ke rumah makan. Salah satu yang dirasakan oleh pemilik adalah minimnya pemesanan tempat baik untuk rapat maupun acara lainnya yang dahulu sering dilakukan. Berdasarkan hal tersebut, pemilik menduga alasan minimnya pembelian ulang dikarenakan 3 faktor yaitu banyaknya kompetitor di lokasi rumah makan ini, varian menu yang belum bertambah dari awal rumah makan ini dibuat,

dan kurangnya penggunaan sosial media dalam mempromosikan rumah makanan ini.

Untuk faktor pertama adalah faktor kompetitor. Pada awal rumah makan ini berdiri, daerah di sekitarnya masih belum terdapat berbagai jenis rumah makan. Namun, seiring berkembangnya waktu daerah Mekarwangi menjadi daerah yang dipenuhi berbagai jenis rumah makan yang menjual beranekaragam jenis makanan. Kompetitor utama yang dimiliki We&Joy adalah Maboo dan Pork N Grill. Kedua kompetitor ini memiliki market yang luas juga serta telah cukup lama berdiri. Pemilik rumah makan menduga hal ini lah yang menyebabkan perputaran pelanggan yang datang menjadi lebih lambat karena pelanggan ingin mencoba berbagai jenis rumah makan lainnya terlebih dahulu.

Untuk faktor kedua adalah variasi menu makanan yang belum bertambah sejak awal rumah makan ini dibuat. Pemilik rumah makan merasa di area yang banyak kompetitor seperti Mekarwangi ini perlu dibuatnya sebuah inovasi menu yang menarik untuk mendatangkan pelanggan. Hal ini bertujuan untuk menghindari konsumen yang bosan terhadap varian menu yang dimiliki oleh Rumah Makan We&Joy. Salah satu upaya yang dilakukan pemilik rumah makan ini adalah dengan menambah varian menu untuk hidangan penutup yang sebelumnya belum ada. Namun, menurut pemilik rumah makan hal ini belum cukup dikarenakan target penjualan utama dari rumah makan ini adalah makanan beratnya.

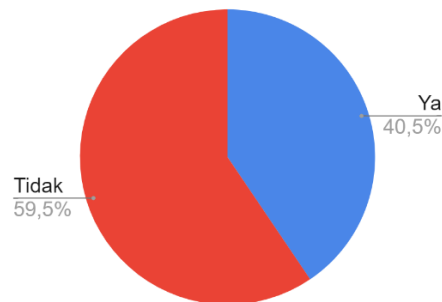
Faktor ketiga adalah kurangnya penggunaan media sosial. Faktor ini disebabkan oleh *admin* media sosial dari We&Joy yang keluar dari pekerjaan ini pada Bulan Maret 2021. Unggahan yang dulu sering diunggah seperti foto produk, promo yang berlaku, dan pemberitahuan buka dan tutupnya rumah makan ini jarang terlihat lagi. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.5, di mana unggahan terakhir di *Instagram* We&Joy terjadi di 9 Mei 2022.



Gambar I.5 Unggahan Instagram Terakhir We&Joy  
(Sumber: Instagram We&Joy)

Selama penjualan ini belum mencapai target pendapatannya, pemilik melakukan beberapa upaya untuk meningkatkannya. Salah satu yang sering dilakukan adalah promo-promo pada beberapa aplikasi *online*. Selain itu, terdapat beberapa promo untuk *dine-in* pada saat hari-hari besar seperti kemerdekaan, natal, tahun baru, lebaran, dll. Tak hanya itu, pemilik juga melakukan pemberian informasi pada beberapa pelanggan yang sempat mengikuti *membership* di We&Joy yang akhirnya promo *membership* ini belum dijalankan kembali sejak awal pandemi.

Setelah dilakukannya wawancara dengan pemilik Rumah Makan We&Joy, identifikasi masalah dilanjutkan dengan melakukan wawancara dengan beberapa responden. Responden yang diambil merupakan *customer* dari We&Joy dengan kriteria umur 15-35 Tahun. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui tingkat niat beli ulang responden, dan faktor yang memengaruhi niat beli ulang responden di rumah makan tersebut.



Gambar I.6 Niat Datang Kembali Konsumen ke We&amp;Joy

Dari hasil wawancara yang dilakukan, diperoleh 37 responden dengan penjabaran hasilnya dapat dilihat pada Gambar I.6. Terdapat 40,5% / 15 responden yang menyatakan berniat melakukan pembelian ulang lagi. Hal ini dikarenakan beberapa alasan diantaranya adalah pelayanan yang ramah dan cepat, suasana tempat yang nyaman, hingga pada rasa dan harga makanan yang masih bisa diterima. Untuk sisa respondennya sebesar 22 responden cenderung tidak berniat melakukan pembelian ulang dikarenakan tidak adanya promo saat pembelian langsung, harga yang kurang sesuai hingga pada lokasi yang cukup jauh dari rumah responden. Hal ini menjadi masalah dikarenakan target niat beli ulang sebesar 60-70%

Selain mencari data mengenai tingkat niat beli ulang dari pelanggan We&Joy, selanjutnya dilakukan wawancara lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat beli ulang konsumen. Responden yang dipilih berjumlah 52 responden yang terdiri dari 37 responden dari wawancara sebelumnya ditambah dengan 15 responden baru yang diambil dari pelanggan dari kompetitor We&Joy. Berikut merupakan tabel rekapitulasi dari faktor yang dipertimbangkan responden pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Faktor yang Dipertimbangkan Responden untuk Datang Kembali

<b>Faktor</b>	<b>Jumlah</b>
Harga/Nilai	45
Makanan (Rasa, Tampilan, dan Porsi)	42
Suasana Tempat	20
Lokasi	19
Kebersihan	16
Promo	15
Pelayanan	12
Fasilitas	7
Variasi Makanan	6

Berdasarkan Tabel I.1, dapat dilihat bahwa lebih dari 80% responden akan datang kembali ke rumah makan / restoran disebabkan faktor harga/nilai dan makanan. Lalu disusul oleh suasana tempat, lokasi, promo hingga pada kebersihan rumah makan. Untuk faktor yang jarang dipilih oleh responden antara variasi makanan dengan presentase kurang lebih 10%.

Menurut Cronin et al. dalam Hendarsono (2013), minat beli ulang merupakan sebuah perilaku konsumen dalam merespon positif terhadap produk / jasa yang diberikan perusahaan dan berminat untuk mengkonsumsi kembali produk / jasa tersebut. Hal ini sejalan dengan definisi dari Anoraga dalam Adiputra (2016), dimana minat beli ulang merupakan sebuah minat pembelian produk / jasa lagi yang didasarkan atas pengalaman pembelian di masa lalu.

Manaan et al. (2019) meneliti tentang niat mengunjungi kembali di sebuah restoran di Bangladesh. Dalam penelitiannya digunakan 10 variabel seperti kualitas pelayanan, kualitas makanan, atmosfer, pelanggan lainnya, nilai atau harga yang dirasakan, kepuasan pelanggan, kecenderungan pemilihan dari variasi, reputasi restoran, kepercayaan, niat mengunjungi kembali. Untuk kualitas pelayanan, kualitas makanan, atmosfer, pelanggan lainnya dan nilai atau harga yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan serta reputasi restoran juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat mengunjungi kembali. Untuk variabel *variety seeking tendency* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali. Dan variabel kepercayaan memediasi kepuasan pelanggan terhadap niat mengunjungi kembali dan reputasi restoran terhadap niat mengunjungi kembali dengan pengaruh signifikan dan positif.

Abdullah et al. (2022) meneliti tentang niat beli ulang di Rumah Makan Raja Sate dan Soto di Yogyakarta. Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ulang. Untuk promosi tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian ulang. Dan variabel harga dan kualitas makanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian ulang.

Berdasarkan pemaparan yang telah dilakukan di atas, dapat dilihat bahwa terdapat beragam faktor yang dapat memengaruhi niat beli ulang konsumen di rumah makan. Faktor-faktor ini bisa menjadi hal yang positif bagi pemilik We&Joy

agar upaya perbaikan yang dilakukan dapat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumennya.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor yang memengaruhi niat beli ulang konsumen di rumah makan?
2. Bagaimana usulan perbaikan untuk pihak Rumah Makan We&Joy berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi niat beli ulang konsumen di rumah makan?

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

Untuk membatasi ruang lingkup dari penelitian ini, maka diberikan beberapa batasan masalah dan asumsi yang digunakan. Tujuan pembatasan masalah dan asumsi penelitian ini adalah agar target penelitian bisa tepat sasaran. Berikut merupakan batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Penelitian hanya dilakukan sampai tahap pemberian usulan. Tahap implementasi tidak diteliti.
2. Dalam perancangan usulan, perhitungan biaya tidak dilakukan.

Selain batasan masalah diatas, pada penelitian ini juga digunakan juga asumsi. Asumsi yang digunakan adalah tidak adanya perubahan baik pada menu ataupun harga pada Rumah Makan We&Joy.

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

Untuk menjawab mengenai rumusan masalah yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka selanjutnya dibuat tujuan penelitian. Tujuan penelitian merupakan sesuatu yang diperoleh saat penelitian telah selesai dilakukan. Berikut merupakan tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat beli ulang konsumen di rumah makan.
2. Memberikan usulan perbaikan untuk rumah makan We&Joy berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi niat beli ulang konsumen di rumah makan.



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

Pada setiap penelitian pasti memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan di dalamnya. Dalam hal ini, manfaat yang diterima baik oleh penulis, pembaca, hingga pemilik usaha yang diteliti. Berikut merupakan manfaat penelitian ini sebagai berikut.

1. Dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi niat beli ulang konsumen di rumah makan.
2. Dapat memberikan usulan perbaikan yang tepat dan dapat diterapkan dari pihak rumah makan We&Joy untuk meningkatkan niat beli ulang konsumen di rumah makan.
3. Dapat menjadi referensi bagi para pembaca yang melakukan penelitian serupa dalam bidang yang sama.

### **I.6 Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian merupakan cara-cara yang dilakukan secara berurutan selama proses penelitian. Tujuan dari metodologi penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil penelitian yang tepat dan sesuai untuk menjawab permasalahan yang sedang diteliti. Berikut merupakan penjabaran dari cara-cara yang dilakukan dalam penelitian ini.

#### **1. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Pada tahap ini dilakukan identifikasi mengenai penyebab permasalahan yang ditemukan. Setelah itu, dibuat rumusan masalah yang mencakup permasalahan apa yang ingin dijadikan alasan penelitian ini dilakukan.

#### **2. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian**

Penentuan batasan dan asumsi penelitian ini dilakukan untuk membatasi ruang lingkup penelitian ini dan membuat penelitian ini berfokus pada permasalahan yang diteliti agar usulan yang diberikan tepat sasaran.

#### **3. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penentuan tujuan penelitian dibuat untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Selanjutnya, dijelaskan mengenai manfaat dari penelitian baik bagi pihak dari objek penelitian maupun pembaca.

#### **4. Studi Literatur**

Pada tahap ini, dilakukan pencarian literatur yang berguna untuk meningkatkan pemahaman tentang penelitian yang dilakukan. Literatur yang

dimaksud bisa berupa teori ilmiah ataupun jurnal dari berbagai referensi penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan model niat beli ulang konsumen.

5. Pengembangan Model Penelitian

Pada tahap ini, dilakukan pengembangan model penelitian berdasarkan hasil identifikasi dan studi literatur yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil dari identifikasi masalah berupa faktor-faktor yang dipertimbangan konsumen ini dikaitkan dengan hasil studi literatur dari penelitian yang terkait

6. Operasionalisasi Variabel

Dalam tahap ini tiap variabel penelitian akan dioperasionalisasi. Tahap operasionalisasi ini dimulai dengan pembuatan definisi operasionalnya yang lalu dilanjutkan dengan butir-butir pengukuran yang berhubungan dengan definisinya.

7. Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner

Pada tahap ini, disusun sebuah kuesioner mengenai model penelitian yang telah telah dibuat. Dalam kuesioner terdapat dua tahap yaitu profil responden serta pengisian jawaban. Setelah itu, dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk diuji.

8. Pengujian Model Pengukuran

Pada tahap ini dilakukan pengujian model pengukuran yaitu uji reliabilitas dan validitas terhadap data yang telah diperoleh pada kuesioner sebelumnya. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuesioner mampu menunjukkan hal yang ingin diukur. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur apakah hasil kuesioner yang diperoleh bersifat konsisten.

9. Pengujian Model Struktural

Setelah dilakukannya pengujian validitas dan reliabilitas, selanjutnya akan dilakukan pengujian model struktural. Pada pengujian ini akan dimulai dengan menguji kolinearitasnya, hubungan variabel, hingga pada  $R^2$ . Tujuan dilakukannya pengujian model struktural ini antara lain adalah untuk mengetahui pengaruh setiap variabel terhadap niat beli ulang.

10. Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada tahap ini dimulai dengan analisis pengolahan data yang telah diuji sebelumnya. Dari hasil analisis inilah baru bisa dilakukan penyusunan usulan yang dapat diberikan ke pihak We&Joy. Sebelum pembuatan usulan, akan dilakukan pembuatan IPMA untuk mengetahui variabel mana yang memiliki tingkat urgensi

paling tinggi. Usulan yang diberikan berdasarkan faktor yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen terhadap rumah makan tersebut.

#### 11. Kesimpulan dan Saran

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari penelitian. Dalam tahap ini dibahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan juga jawaban dari rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya. Lalu, terdapat juga saran penelitian yang ditujukan untuk pihak rumah makan We&Joy, pembaca, dan juga peneliti selanjutnya yang meneliti hal serupa.

Berdasarkan uraian mengenai metodologi penelitian di atas, selanjutnya dibuat *flowchart* untuk metodologi penelitian. Dari *flowchart* ini dapat terlihat tahapan-tahapan yang dilakukan selama penelitian ini dilakukan. Berikut merupakan *flowchart* metodologi penelitian ini dapat dilihat pada Gambar I.7.



Gambar I.7 *Flowchart* Metodologi Penelitian

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

Pada sub bab ini, akan dijelaskan mengenai sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian dibagi menjadi lima bagian utama yang terdiri atas pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan, serta kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan lebih lanjut untuk masing-masing bab tersebut.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi mengenai pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembuatan batasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini terdiri dari penjelasan tentang teori yang digunakan selama penelitian ini dilakukan. Teori ini digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Contoh teori yang akan digunakan antara lain niat beli ulang konsumen, perilaku konsumen, metode yang akan digunakan dalam hal ini PLS-SEM.

## **BAB III PENGUMPULAN DATA DAN PENGUJIAN MODEL PENELITIAN**

Pada bab ini akan dilakukan pengembangan dari model penelitian yang dilakukan. Pada tahap ini juga akan dilakukan operasionalisasi variabel yang akan digunakan beserta dengan butir pengukurannya. Selanjutnya akan dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner. Data yang telah terkumpul ini akan diseleksi lalu kemudian akan diuji dengan menggunakan metode PLS-SEM.

## **BAB IV ANALISIS DAN USULAN**

Pada bab ini berisi mengenai analisis dari hasil pengolahan data pada bab sebelumnya. Dari hasil analisis ini, akan dibuat juga usulan perbaikan untuk dapat meningkatkan niat beli ulang di rumah makan kepada pihak terkait dalam hal ini pemilik rumah makan. Usulan yang diberikan ini akan mempertimbangkan dari keadaan rumah makan We&Joy saat sekarang.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan memberikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan ini akan menjawab baik dari rumusan masalah ataupun tujuan penelitian yang telah dibuat sebelumnya. Setelah itu, dibuat juga beberapa saran baik kepada Rumah Makan We&Joy ataupun kepada pembaca yang melakukan penelitian serupa.