

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS HARGA,  
KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG *Awon*  
KONSUMEN DI SATE TAICHAN GORENG  
TAMANSARI BANDUNG**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**Maria Elmeiniar Putri Repi**

**6031901177**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No.2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022  
BANDUNG  
2023**

**THE INFLUENCE OF CONSUMER PERCEPTIONS  
OF PRICE, FOOD QUALITY AND SERVICE <sup>Awon</sup>  
QUALITY ON CONSUMER REPURCHASE  
INTENTIONS IN SATE TAICHAN GORENG  
TAMANSARI BANDUNG**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements  
For Bachelor's Degree in Management

**By:**  
**Maria Elmeiniar Putri Repi**  
**6031901177**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMICS**  
**PROGRAM IN MANAGEMENT**  
Excellent Accredited by BAN-PT No.2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022  
**BANDUNG**  
**2023**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



Oleh:

Maria Elmeiniar Putri Repi

6031901177

**PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS MAKANAN DAN**  
**KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN**  
**DI SATE TAICHAN GORENG TAMANSARI BANDUNG**

Bandung, 2023

Ketua Program Sarjana Manajemen,

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

Pembimbing skripsi

Ivan Prasetya SE., MSMr, M.Eng., CMA., CPM

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Maria Elmeiniar Putri Repi  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 28 Mei 2001  
NPM : 6031901177  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS HARGA, KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN DI SATE TAICHAN GORENG TAMANSARI BANDUNG”**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Ivan Prasetya S.E., M.S.M., M.Eng

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 tulis mahasiswa 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 kesarjanaan.

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 :  
Pembuat pernyataan :



(Maria Elmeiniar Putri Repi)

## ABSTRAK

**Pendahuluan** - Industri kuliner yang menjadi salah satu bidang bisnis yang saat ini cukup berkembang di Indonesia. Selain karena bidang kuliner yang menjadi bidang bisnis yang cukup *sustainable*, meski begitu dunia kuliner menjadi bisnis yang cukup kompetitif akan persaingan pada pasar terkait karena identik dengan perubahan trend saat ini, oleh karena hal tersebut perusahaan yang bergerak dibidang terkait perlu terus berinovasi dan memastikan kepuasan pelanggan untuk menjaga loyalitas pelanggan salah satunya melalui pemasaran produk yang tepat.

**Tujuan** - Berawal dari hal tersebutlah peneliti hendak melakukan penelitian pada salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kuliner yakni Sate Taichan Goreng Tamansari yang berlokasi di Bandung. Berdasarkan hasil *preliminary research* yang telah dilakukan inilah, peneliti menemukan masih kurangnya pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen sehingga kurang optimalnya niat beli ulang yang akan dilakukan konsumen.

**Metode Penelitian** - Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan *applied research* sebagai jenis penelitian berdasarkan manfaatnya. Lebih lanjutnya, alat pengumpulan data peneliti menggunakan observasi, studi literatur, dan kuesioner kepada 200 sampel menggunakan *non - probability sampling* dengan *judgement sampling*. Kemudian pada penelitian ini dilakukan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis linear berganda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel independen persepsi harga ( $X_1$ ), kualitas makanan ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap niat beli ulang ( $Y$ ).

**Temuan** - Dari hasil penelitian peneliti mendapati bahwa dari tiga variabel independen terdapat dua variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang yaitu kualitas makanan ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ). Sedangkan variabel persepsi harga ( $X_1$ ) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung. Hal tersebut dikarenakan pada variabel Kualitas Makanan nilai  $t$  hitung sebesar  $4,003 > t$  tabel sebesar  $1,653$  dan pada Kualitas Pelayanan nilai  $t$  hitung sebesar  $10,926 > t$  tabel sebesar  $1,653$ . Sedangkan pada variabel persepsi harga didapati nilai  $t$  hitung sebesar  $1,550 < t$  tabel sebesar  $1,653$ .

**Kata Kunci:** persepsi harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan, niat beli ulang

## ABSTRACT

**Introduction** - The culinary industry is one of the business fields that is currently quite developed in Indonesia. Apart from the fact that the culinary field is a fairly sustainable business sector, even so the culinary world is a fairly competitive business due to competition in related markets because it is synonymous with current trend changes, because of this, companies engaged in related fields need to continue to innovate and ensure customer satisfaction. One way to maintain customer loyalty is through marketing the right products.

**Objective** - Starting from this, the author wanted to conduct research on a company engaged in the culinary field, namely Sate Taichan Goreng Tamansari, located in Bandung. Based on the results of the preliminary research that has been carried out, the researchers found that the services they provide to consumers are still lacking so that consumer's repurchase intentions are not optimal.

**The Research Methode** - This research was carried out using quantitative methods with applied research as a type of research based on its benefits. Furthermore, the researcher's data collection tools used observation, literature study, and questionnaires to 200 samples using non-probability sampling with judgment sampling. Then, in this research, descriptive analysis, classical assumption test, and multiple linear analysis were carried out. This study aims to determine the independent variable price perception ( $X_1$ ), food quality ( $X_2$ ) and service quality ( $X_3$ ) on repurchase intention ( $Y$ ).

**Results** - From the research results, the researchers found that of the three independent variables, there were two variables that had a significant positive effect on repurchase intention, namely food quality ( $X_2$ ) and service quality ( $X_3$ ). Meanwhile, the price perception variable ( $X_1$ ) has no positive and significant effect on the intention to repurchase Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung. This is because in the Food Quality variable the  $t$  count value is  $4.003 > t$  table is  $1.653$  and for Service Quality the  $t$  count value is  $10.926 > t$  table is  $1.653$ . Meanwhile, the price perception variable found a  $t$  value of  $1.550 < t$  table of  $1.653$ .

**Keywords:** price perception, food quality, service quality, repurchase intention

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, karena berkat kasih-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Atas Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung”** dengan tepat waktu. Peneliti Menyusun skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 dan memperoleh gelar sarjana Manajemen dari Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen. Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti sangat berterima kasih kepada:

1. Yuniar Vianti Yoni Sumardiyono, selaku ibu kandung dari peneliti yang menjadi alasan utama bagi peneliti agar Menyusun skripsi ini dengan sungguh – sungguh. Beliau merupakan orang yang selalu mendukung peneliti serta selalu mendoakan demi kelancaran saya menulis skripsi ini.
2. Alfa Galang Pangestu selaku kaka laki – laki saya yang selalu memberikan semangat dan juga dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini
3. Oma & Opa saya yang selalu memberikan doan serta dukungannya kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini
4. Yth. Bapak Ivan Prasetya S.E., M.S.M., M.Eng selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan masukan kepada peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Yth. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, P.A., Drs., M.Si., selaku dosen wali yang selalu peneliti hormati yang telah membantu peneliti dari awal semester hingga akhir perkuliahan.
6. Yth. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan serta dosen wali peneliti yang selalu memberi arahan selama perkuliahan.
7. Igham Widi Hadiansyah selaku sahabat dan teman seperjuangan dalam menyusun skripsi dan dalam perkuliahan manajemen dari awal semester hingga akhir perkuliahan yang selalu mendukung, menyemangati dan menemani.
8. Vanessa Irvania, selaku sahabat dari peneliti yang selalu menemani, mendengarkan keluh kesah dalam proses pembuatan skripsi ini, dan

mendukung sekaligus menyemangati dalam proses penyusunan skripsi dan perkuliahan dari awal semester hingga akhir perkuliahan.

9. Putri Haruka Hirokazu Kanagawa, Vinarossa, Emmanuella Jasmine, Igham Widi Hadiansyah, Dhika Gitamahendra, Anilyn Hestiana, Bunga Putriany Hermawan, Ilhami, Vikram Sadat, Bayu Nugroho selaku sahabat dari peneliti yang selalu menemani, mendengarkan keluh kesah dalam proses pembuatan skripsi ini, dan mendukung sekaligus menyemangati dalam proses penyusunan skripsi sampai skripsi selesai dengan tepat waktu.
10. Putri Haruka Hirokazu Kanagawa, Emmanuella Jasmine, Igham Widi Hadiansyah, Putra Megantara, Garry Samuel Pardede selaku teman seperjuangan skripsi.
11. Thea, Noreen, Igham, Tivanca, Audrey, dan Ryan selaku teman seperjuangan peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dan sama – sama memberikan dukungan untuk memperjuangkan skripsi ini.
12. Seluruh keluarga besar Manajemen UNPAR Angkatan 2019 yang telah menjadi teman berjuang dari awal perkuliahan.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu yang memberikan dukungan serta turut mendoakan penulis.
14. Peneliti juga ingin mengucapkan terimakasih kepada BTS dan Red Velvet yang telah menemani peneliti selama masa kuliah dan memberikan semangat dengan musik – musiknya.

Tentunya penulis juga menyadari bahwa masih adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan juga skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti berharap adanya kritik maupun saran untuk perbaikan yang akan datang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca. Atas dukungan dan kerjasamanya peneliti ucapkan terima kasih.

Bandung, 4 Juli 2023

Maria Elmeiniar Putri Repi



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Kerangka Pemikiran .....	11
1.6 Hipotesis .....	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Persepsi .....	15
2.2 Harga .....	15
2.3 Persepsi Harga .....	15
2.4 Kualitas Makanan .....	24
2.5 Kualitas Pelayanan .....	34
2.5 Niat Beli Ulang .....	41
2.6 Hubungan Antara Varibel X Dengan Variabel Y .....	45
2.6.1 Hubungan Antara Persepsi Harga dengan Niat Beli Ulang .....	45
2.6.2 Hubungan Antara Kualitas Makanan dengan Niat Beli Ulang .....	52
2.6.3 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Niat Beli Ulang .....	57
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	63
3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	63
3.2 Teknik Pengumpulan data .....	63
3.3 Populasi dan Sampel .....	64
3.3.1 Populasi .....	64

3.3.2 Sampel .....	64
3.4 Operasional Variabel .....	65
3.5 Skala Pengukuran Variabel .....	78
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	79
3.6.1 Uji Validitas .....	79
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	82
3.7 Teknik Analisa Data .....	83
3.7.1 Analisa Deskriptif .....	83
3.7.2 Analisa Data Secara Kuantitatif .....	84
3.7.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	84
3.7.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	84
3.7.2.2.1 Uji Normalitas .....	85
3.7.2.2.2 Uji Multikolinieritas .....	85
3.7.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	85
3.8 Uji Hipotesis .....	86
3.8.1 Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ) .....	86
3.8.2 Uji F (Uji Pengaruh Simultan) .....	86
3.8.3 Uji t (Uji Pengaruh Parsial) .....	87
3.8.4 Excluded Variabel .....	88
3.9 Objek Penelitian .....	88
3.9.1 Profil Perusahaan .....	89
3.9.2 Profil Responden .....	89
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>95</b>
4.1 Analisis Deskriptif .....	95
4.1.1 Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) .....	95
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Makanan (X <sub>2</sub> ) .....	99
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> ) .....	105
4.1.4 Analisis Deskriptif Niat Beli Ulang (Y) .....	120
4.2 Analisis Hasil Uji Asumsi Klasik .....	123
4.2.1 Uji Normalitas .....	123
4.2.2 Uji Multikolinieritas .....	124
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	125
4.3 Analisis Hasil Uji Regresi Linear Berganda ( <i>Stepwise</i> ) .....	126

4.3.1 Analisis Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	128
4.3.2 Hasil Uji F (Uji Pengaruh Simultan).....	130
4.3.3 Hasil Uji t (Pengaruh Parsial) .....	133
4.3.4 Excluded Variabel.....	134
4.3.5 Model regresi penelitian.....	135
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>137</b>
5.1 Kesimpulan .....	137
5.1.1 Persepsi Harga Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.....	137
5.1.2 Persepsi Konsumen atas Kualitas Makanan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.....	137
5.1.3 Persepsi Konsumen atas Kualitas Pelayanan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.....	137
5.1.3 Niat Beli Ulang Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.....	138
5.1.4 Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Sate Taichan Goreng Bandung .....	138
5.2 Saran.....	139
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>141</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>148</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>202</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator Persepsi Harga .....	17
Tabel 2.2 Indikator Kualitas Makanan .....	25
Tabel 2.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....	35
Tabel 2.4 Indikator Niat Beli Ulang .....	42
Tabel 3.1 Operasional Variabel X .....	66
Tabel 3.2 Operasional Variabel Y .....	76
Tabel 3.3 Skor Skala <i>Semantic Differential</i> .....	78
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas .....	79
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	82
Tabel 3.6 Interpretasi Rata - Rata Hitung .....	83
Tabel 3.7 Jenis Kelamin & Usia Responden .....	90
Tabel 3.8 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	90
Tabel 3.9 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	91
Tabel 3.10 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Sekali Makan di Restoran .....	91
Tabel 3.11 Profil Responden Berdasarkan Seberapa Sering Makan di Restoran ..	92
Tabel 3.12 Profil Responden Berdasarkan Terakhir Kali Mengunjungi Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	94
Tabel 3.13 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Makan di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	94
Tabel 4.1 Harga yang ditawarkan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung ..	95
Tabel 4.2 Kesesuaian harga dengan kualitas makanan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	96
Tabel 4.3 Kesesuaian harga dengan porsi Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	97
Tabel 4.4 Keterjangkauan harga Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	98
Tabel 4.5 Analisis Menyeluruh Terhadap Persepsi Harga .....	98
Tabel 4.6 Tampilan dari makanan yang disajikan .....	99
Tabel 4.7 Kesegaran dari daging yang disajikan .....	100
Tabel 4.8 Ketebalan dari daging .....	100
Tabel 4.9 Tekstur dari daging Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	101

Tabel 4.10 Aroma dari makanan Sate Taichan goreng Tamansari Bandung.....	102
Tabel 4.11 Tingkat kematangan dari makanan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	103
Tabel 4.12 Kekonsistenan rasa dari makanan sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	103
Tabel 4.13 Kesesuaian rasa dari makanan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	104
Tabel 4.14 Analisis Menyeluruh Terhadap Kualitas Makanan.....	105
Tabel 4.15 Kebersihan dari fasilitas umum di sate taichan goreng tamansari Bandung .....	106
Tabel 4.16 Kebersihan pada ruang makan di sate taichan goreng tamansari Bandung .....	107
Tabel 4.17 Kebersihan pada alat makan di sate taichan goreng tamansari Bandung.....	107
Tabel 4.18 Kenyamanan di ruang makan sate taichan goreng tamansari Bandung.....	108
Tabel 4.19 Sikap sopan dalam melayani dari karyawan sate taichan goreng tamansari Bandung.....	109
Tabel 4.20 Sikap ramah dalam melayani dari karyawan sate taichan goreng tamansari Bandung.....	109
Tabel 4.21 Kepedulian dari karyawan sate taichan goreng bandung.....	110
Tabel 4.22 Pemahaman dari karyawan sate taichan goreng tamansari Bandung mengenai kebutuhan konsumen .....	111
Tabel 4.23 Kesesuaian pesanan yang disajikan dengan menu .....	111
Tabel 4.24 Kesesuaian pesanan dengan pesanan .....	112
Tabel 4.25 Ketepatan waktu dalam menyajikan pesanan .....	112
Tabel 4.26 Keakuratan informasi yang diberikan oleh karyawan .....	113
Tabel 4.27 Pemahaman karyawan mengenai produk yang dijual.....	113
Tabel 4.28 Kesiapan mengganti pesanan jika ada kesalahan.....	114
Tabel 4.29 Kenyamanan pada ruang makanan .....	115
Tabel 4.30 Kekonsistenan rasa makanan dari waktu ke waktu.....	115
Tabel 4.31 Kesiapan karyawan dalam membantu konsumen .....	116

Tabel 4.32	Karyawan menanggapi keluhan .....	116
Tabel 4.33	Karyawan memenuhi keinginan konsumen .....	117
Tabel 4.34	Waktu menyajikan pesanan .....	117
Tabel 4.35	Analisis Menyeluruh Terhadap Kualitas Pelayanan .....	118
Tabel 4.35	Analisis Menyeluruh Terhadap Kualitas Pelayanan (Lanjutan) .....	119
Tabel 4.36	Responden berminat untuk melakukan pembelian ulang .....	120
Tabel 4.37	Responden menjadikan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung sebagai pilihan pertama .....	120
Tabel 4.38	Responden berminat untuk melakukan pembelian ulang untuk di kemudian hari .....	121
Tabel 4.39	Responden lebih memilih Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung dibandingkan restoran sate taichan lainnya.....	121
Tabel 4.40	Analisis Menyeluruh Terhadap Niat Beli Ulang.....	122
Tabel 4.41	<i>Coefficients</i> Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	125
Tabel 4.42	Metode <i>Stepwise</i> .....	127
Tabel 4.43	Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	127
Tabel 4.44	Hasil Uji F .....	129
Tabel 4.45	Hasil Uji t .....	131
Tabel 4.46	Hasil Uji – t hitung .....	132
Tabel 4.47	Hasil Uji – t hitung .....	133
Tabel 4.48	<i>Excluded</i> Variabel .....	134

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kondisi Toilet Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.....	3
Gambar 1.2	Kondisi Tempat Taichan Goreng Tamansari Bandung.....	4
Gambar 1.3	Pesanan Peneliti .....	4
Gambar 1.4	Daftar Harga Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.....	5
Gambar 1.5	Preliminary Research Niat Beli Ulang Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	6
Gambar 1.6	Alasan Responden Tidak Berniat Melakukan Pembelian Ulang di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	7
Gambar 1.7	Ulasan Konsumen Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung di Google Review .....	8
Gambar 1.8	Ulasan Konsumen Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung di PergiKuliner.....	9
Gambar 1.9	Model Konseptual .....	14
Gambar 3.1	Kriteria Uji F (One-tailed test).....	87
Gambar 3.2	Kriteria Uji t ( <i>One-tailed</i> ) .....	88
Gambar 3.3	Logo Sate Taichan Goreng.....	89
Gambar 3.4	Profil Responden Berdasarkan Kapan Terakhir Kali Mengonsumsi Sate Taichan.....	92
Gambar 3.5	Sate Taichan Favorit Responden.....	93
Gambar 4.1	Menu Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	96
Gambar 4.2	Porsi Makanan Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.....	97
Gambar 4.3	Sate Daging dari Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.....	101
Gambar 4.4	Fasilitas Umum Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung .....	106
Gambar 4.5	Histogram Uji Normalitas .....	123
Gambar 4.6	<i>Normal Probability Plot</i> (P-Plot) .....	124
Gambar 4.7	Kolmogrov-Smirnov .....	124
Gambar 4.8	Scatterplot .....	126
Gambar 4.9	Hasil Uji F ( <i>One-tailed test</i> ).....	129
Gambar 4.10	Hasil Uji t Kualitas Makanan ( <i>One-tailed</i> ) .....	132
Gambar 4.11	Hasil Uji T Kualitas Pelayanan ( <i>One-tailed</i> ) .....	134
Gambar 4.12	Model Regresi Penelitian .....	135

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner .....	148
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	158
Lampiran 3. Tabulasi Variabel $X_1$ – Persepsi Harga .....	172
Lampiran 4. Tabulasi Variabel $X_2$ – Kualitas Makanan .....	178
Lampiran 5. Tabulasi Variabel $X_3$ – Kualitas Makanan .....	190
Lampiran 6. Tabulasi Variabel Y – Niat Beli Ulang .....	196



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia telah menjadi salah satu sektor unggulan yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan manufaktur. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, industri kuliner pada tahun 2020 menyumbang sebesar Rp454 triliun, atau sekitar 41% dari total PDB ekonomi kreatif (Silvita Agmasari, dalam artikel Kompas, 2020). Mengutip data dari Badan Pusat Statistik yang dirilis pada Juni 2022, terdapat 11.223 usaha kuliner yang telah beroperasi di seluruh wilayah Indonesia. Sebanyak 8.042 usaha yang di antaranya berupa restoran dan 269 usaha berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha masuk dalam kategori lainnya, dengan Jawa Barat menempati posisi kedua sebagai provinsi dengan jumlah usaha kuliner terbesar di Indonesia yaitu sebanyak 1.414 usaha (Diva Angelia, dalam artikel *GoodStats*, 2021).

Kota Bandung menjadi kota dengan wisata kulinernya yang menjadi buruan pecinta kuliner dari daerah lain. Dikutip dari (Heriyanto Retno, dalam artikel pikiran rakyat, 2015), Kota Bandung menjadi sebagai salah satu kota destinasi wisata kuliner di Indonesia oleh Kementerian Pariwisata. Selain itu, kota Bandung juga mendapatkan penghargaan sebagai kota dengan makanan tradisional terbaik di Asia menurut Taste Asia Award (Rob, dalam artikel Bandung, 2022). Menurut ketua Jaringan Pengusaha Nasional, permintaan produk kuliner di kota Bandung bertumbuh rata - rata melampaui 10% per tahun (Arie Lukihardianti, dalam artikel ekonomi republik, 2018). Seiring dengan tingginya tingkat usaha kuliner di Kota Bandung, maka diikuti juga dengan persaingan yang tinggi bagi para pengusaha kuliner di Kota Bandung.

Persaingan yang ketat dalam bisnis kuliner mendorong setiap pengusaha untuk terus melakukan improvisasi dan inovasi secara berkelanjutan. Selain itu, para pengusaha bisnis kuliner diharuskan memperhatikan beberapa aspek penting guna memuaskan konsumennya, sehingga dapat mempertahankan serta menarik lebih banyak konsumen. Aspek penting atau keunggulan yang harus dimiliki oleh para pebisnis usaha kuliner yaitu kualitas pelayanan dan juga kualitas makanan yang baik, menurut (Tjiptono, dikutip oleh Maramis, Sepang dan Soegoto,

2018), kualitas pelayanan merupakan upaya dari pemenuhan kebutuhan kebutuhan dan juga keinginan sesuai dengan harapan konsumen. Pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan harapan konsumen dapat berperan penting dalam meningkatkan keinginan untuk kembali. Kualitas makanan memiliki peran penting dalam memunculkan niat beli konsumen, sehingga ketika kualitas makanan meningkat, niat beli konsumen juga akan ikut meningkat (Margareta dan Edwin dikutip oleh Marselina Rosarin Milo, 2021). Selain itu, harga juga memegang peran penting bagi konsumen. Harga merupakan nilai uang yang dibebankan kepada konsumen sebagai ganti imbalan atas manfaat yang diperoleh dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa tertentu. Kombinasi dari pelayanan berkualitas, makanan berkualitas, dan harga yang wajar akan menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi bagi konsumen. Menurut (Santi & Supriyanto, dikutip oleh, Apsara, Darmawan & Marselino, 2023) mengatakan bahwa kunci untuk mengembangkan dan juga menata dari hubungan pelanggan adalah kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas akan melakukan transaksi lebih sering dan juga akan melakukan rekomendasi. Untuk memastikan kepuasan pelanggan dan mendorong munculnya niat beli ulang, perusahaan harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen serta kualitas produk atau jasa yang diberikan.

Usaha kuliner yang mengalami persaingan yang cukup ketat di kota Bandung salah satunya adalah usaha kuliner sate. Seiring dengan berjalannya waktu, inovasi sate pun mulai bermunculan, seperti sate maranggi, sate asin pedas, dan sate taichan. Sate taichan merupakan salah satu bisnis di industri kuliner yang cukup menyita perhatian masyarakat di Kota Bandung, dari kalangan muda hingga dewasa. Salah satu usaha kuliner sate taichan di kota Bandung yang cukup terkenal adalah sate taichan goreng Tamansari Bandung. Sate taichan goreng membuka restoran pertamanya di Bandung, Jalan Tamansari No 19A pada bulan mei 2016, dengan menawarkan berbagai variasi menu seperti sate ayam, sate bakso, sate cumi - cumi, sate telur dengan sambal pedas yang khas. Sate taichan goreng tamansari Bandung ini memiliki target pasar para pelajar, mahasiswa dan juga para pekerja kantor.

Sate Taichan Goreng Tamansari ini, saat pertama kali membuka cabang di Kota Bandung, menarik perhatian masyarakat, yang membuat gerai

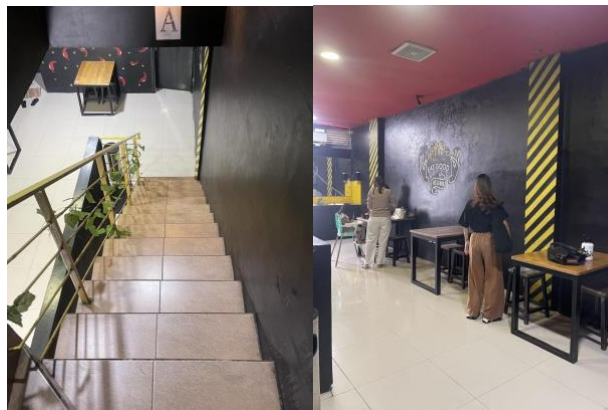
tersebut penuh hingga *waiting list*. Peneliti pernah mengunjungi Sate Taichan Goreng Tamansari sekitar tiga tahun yang lalu. Berdasarkan pengalaman peneliti, Sate Taichan Goreng Tamansari menawarkan harga yang cukup terjangkau, dengan rasa makanan yang enak serta porsi yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Namun, pelayanan yang didapatkan peneliti kurang memuaskan dan juga keadaan tempat makan yang kurang bersih.

**Gambar 1.1**  
**Kondisi Toilet Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung**



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2023)

**Gambar 1.2**  
**Kondisi Tempat Taichan Goreng Tamansari Bandung**



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2023)

**Gambar 1.3**  
**Pesanan Peneliti**



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2023)

Gambar 1.4

Daftar Harga Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung



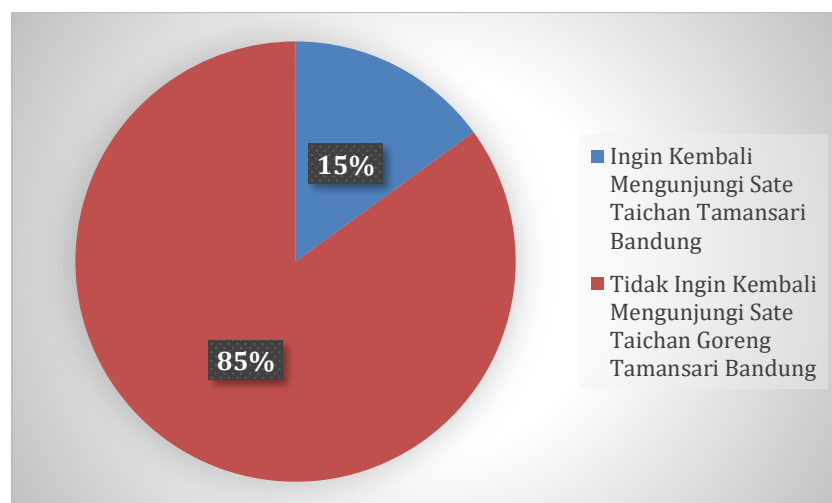
Sumber: Dokumentasi Peneliti (2023)

Lalu peneliti kembali mengunjungi Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung selama seminggu penuh, tepatnya pada tanggal 27 Mei - 2 Juni 2023, untuk melakukan observasi. Pada tanggal 27 & 28 Mei 2023, peneliti melakukan observasi pada jam 19.00 s.d. 21.00 2023, dan pada tanggal 29 Mei - 2 Juni 2023, peneliti melakukan observasi pada jam makan siang sampai dengan sore, tepatnya jam 16.00. Setelah melakukan observasi tersebut, peneliti mendapati pengunjung yang tidak terlalu ramai, baik pada hari biasa maupun hari libur, berbeda dengan saat pertama kali pengunjung mengunjungi restoran tersebut. Dapat dilihat dari gambar di atas, dari pengalaman peneliti pada saat di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung, peneliti mendapati harga yang ditawarkan oleh Sate Taichan

Goreng Tamansari Bandung cukup mahal dengan porsi makanan yang kurang sesuai dengan harga yang ditawarkan dan juga rasa yang berubah dari saat pertama kali peneliti mengunjungi Sate Taichan Goreng Tamansari. Peneliti membeli sate daging ayam paha 10 tusuk dengan harga per tusuk Rp2.750, lalu sate usus 5 tusuk dengan harga per tusuk Rp2.750, dan juga nasi seharga Rp7.000. Peneliti merasakan bahwa bahan - bahan dari makanan yang disajikan kurang segar, seperti dari sambal yang didapatkan oleh peneliti sudah terasa masam, dan daging yang kurang segar serta berbau. Selain itu, dari pengalaman peneliti, pelayanan yang diberikan oleh karyawan sate taichan goreng tamansari kurang baik, dimana pelayanan yang diberikan disana kurang komunikatif dan juga ramah, dan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan pesanan. Selain itu, keadaan tempat makan yang kotor sehingga membuat konsumen kurang nyaman.

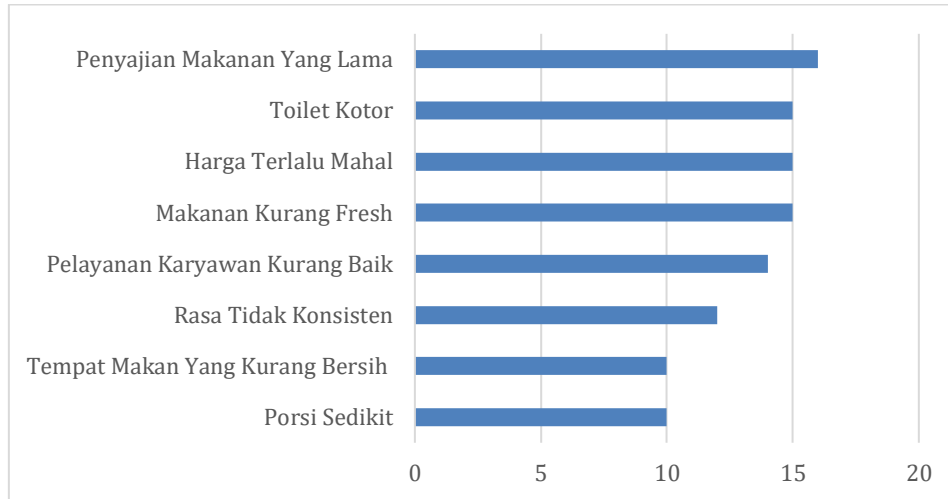
Peneliti melakukan *preliminary research* dengan cara melakukan wawancara kepada 20 orang yang pernah mengunjungi Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung. Berdasarkan hasil wawancara kepada 20 orang responden tersebut, peneliti mendapatkan 85% dari 20 orang responden menjawab tidak berniat untuk melakukan pembelian ulang, dan sebanyak 15% dari 20 orang responden menjawab berniat untuk melakukan pembelian ulang.

**Gambar 1.5**  
***Preliminary Research* Niat Beli Ulang Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung**



Sumber: Olahan Peneliti (2023)

**Gambar 1.6**  
**Alasan Responden Tidak Berniat Melakukan Pembelian Ulang di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung**

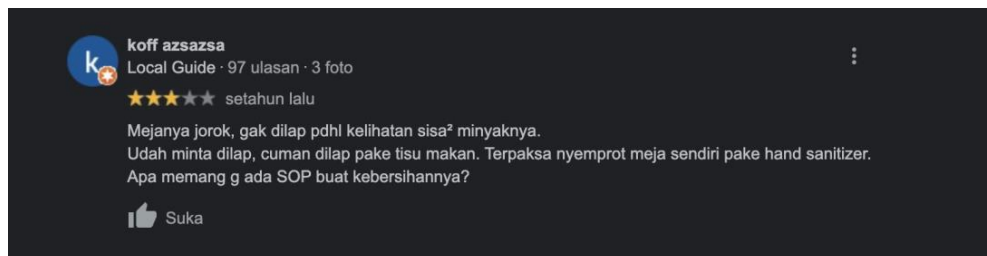
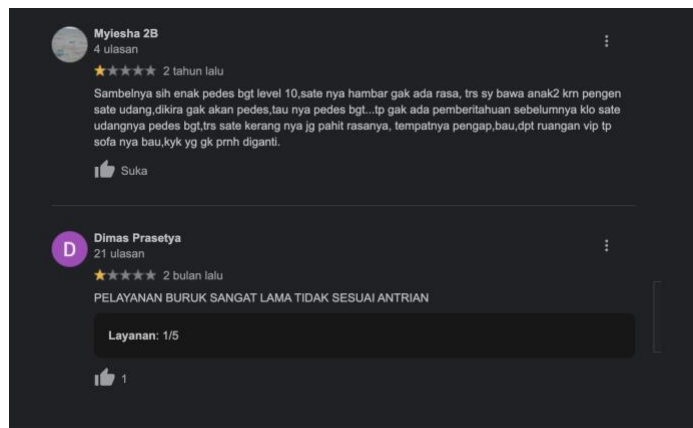
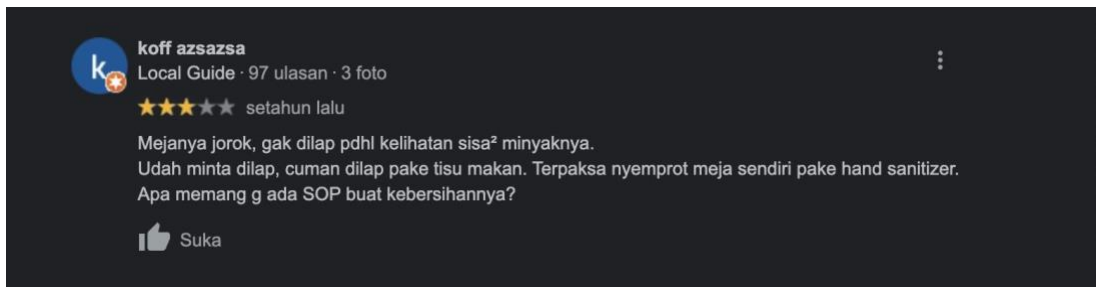


Sumber: Olahan Peneliti (2023)

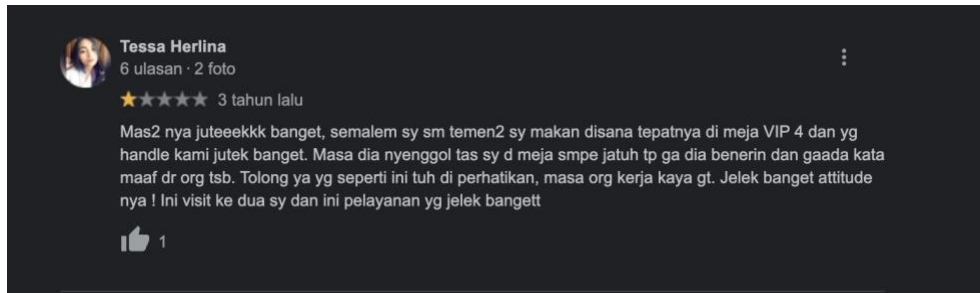
Peneliti mendapati alasan mengapa para responden memilih untuk tidak berniat melakukan pembelian ulang pada Sate Taichan Goreng Tamansari dilihat dari **Gambar 1.6**, bahwa para responden memberikan alasan untuk tidak melakukan pembelian ulang kembali dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh para pegawai Sate Taichan Goreng Tamansari yang kurang baik, seperti lamanya dan juga kurang ramah pelayanan yang diberikan oleh para pegawai. Para konsumen mengatakan mereka pernah mengalami menunggu makanan hampir lebih dari 1 jam. Selain itu, para responden juga menyatakan bahwa kondisi tempat dari Sate Taichan Goreng Tamansari kurang layak untuk digunakan sebagai tempat makan, karena toilet yang kotor, tidak ada *tissue*, meja kotor, tempatnya berbau tidak sedap. Para responden mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh Sate Taichan Goreng Tamansari terlalu mahal tidak sesuai dengan kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang diberikan, sehingga para konsumen lebih memilih untuk tidak melakukan pembelian ulang dan memilih tempat lainnya.

## Gambar 1.7

### Ulasan Konsumen Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung di Google Review







Sumber: Google review

### Gambar 1.8

## Ulasan Konsumen Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung di PergiKuliner



Sumber: PergiKuliner

Selain itu, peneliti juga melihat hasil *review* dari *google review* dan juga dari internet yang diberikan oleh para konsumen yang pernah mengunjungi Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung. Terdapat beberapa keluhan mengenai kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga yang terlalu mahal tidak sesuai dengan kualitas dan porsi makanan yang disajikan. Berdasarkan ulasan yang diberikan konsumen diatas, mayoritas konsumen mengeluhkan mengenai pelayanan buruk yang didapatkan, seperti tidak sopan, kurang komunikatif, dan juga kurang ramah, serta kondisi tempat makan yang kotor sehingga konsumen kurang nyaman. Selain itu, konsumen juga memberikan keluhan mengenai harga yang cukup tinggi, tetapi mendapatkan kualitas makanan yang kurang segar dan rasa yang buruk, serta porsi makanan yang terbilang sedikit yang tidak sesuai dengan harga yang diberikan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah pada harga, serta kualitas pelayanan dan kualitas makanan dari Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Bagaimana persepsi konsumen atas harga di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung?
2. Bagaimana persepsi konsumen atas kualitas makanan di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung?
3. Bagaimana persepsi konsumen atas kualitas pelayanan di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung?
4. Bagaimana niat beli ulang konsumen di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung?
5. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen atas harga, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang konsumen di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen atas harga di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen atas kualitas makanan di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen atas kualitas pelayanan di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.
4. Untuk mengetahui bagaimana niat beli ulang konsumen di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.

5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi konsumen atas harga, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang konsumen di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memperluas wawasan baru mengenai pengaruh persepsi harga, kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang konsumen.

2. Bagi Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung

Melalui penelitian ini, peneliti berharap Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan bisnisnya.

3. Bagi Pembaca

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat menjadi referensi pembelajaran akademik dan selanjutnya.

#### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Seiring dengan berjalannya waktu, Kota Bandung terus menerus kedatangan para pemain baru dalam industri kulinernya, yang memunculkan adanya persaingan yang cukup ketat dalam usaha kuliner. Dengan adanya persaingan yang cukup ketat dalam bisnis usaha kuliner, menuntut para pelaku usaha bisnis kuliner untuk memiliki inovasi dan kelebihan dari dalam berbagai aspek dalam usahanya yang dapat menarik atau mempertahankan perhatian konsumennya. Aspek – aspek yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis di bidang kuliner untuk menghadapi persaingan adalah kualitas yang baik dari produknya dan kualitas yang baik dari layanannya. Hal tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung merupakan salah satu restoran yang sedang menghadapi sulitnya persaingan usaha kuliner di Kota Bandung, dikarenakan banyaknya jenis usaha kuliner yang serupa. Hal tersebut menuntut Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung untuk memiliki kelebihan pada

usahanya. Untuk menghadapi hal tersebut adalah dengan memiliki harga, kualitas makanan dan kualitas pelayanan yang sesuai untuk konsumennya. Dengan memberikan hal – hal tersebut, maka Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung dapat menimbulkan kepuasan yang baik kepada konsumennya. Sehingga dengan timbulnya kepuasan yang baik, maka akan terjadi niat beli ulang.

Niat beli ulang merupakan kecenderungan atau keinginan konsumen dalam melakukan pembelian kembali, yang dipengaruhi oleh pengalaman konsumsi sebelumnya. Pengalaman tersebut memiliki dampak langsung terhadap keinginan untuk mengonsumsi produk atau layanan tersebut di masa mendatang (Hasan, dikutip oleh Ariska & Wijaksana, 2017). Beberapa faktor mempengaruhi niat beli ulang konsumen, yaitu dengan menciptakan kepuasan konsumen melalui produk dan kualitas pelayanan.

Menurut (Tjiptono dan Diana, dikutip oleh Sarwo Eddy Wibowo, 2013), keberhasilan suatu perusahaan dalam hal kualitas melibatkan kemampuannya untuk menciptakan produk atau pelayanan yang tidak hanya memenuhi, tetapi bahkan dapat melebihi harapan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas pelayanan adalah suatu proses yang mencakup efisiensi dalam melayani konsumen dengan cepat, serta kesediaan untuk memenuhi kebutuhan mereka dan memberikan produk secara baik. Hubungan antara niat beli ulang dengan kualitas pelayanan menjadi elemen penting yang memberikan nilai tambah pada keseluruhan pengalaman layanan. Dalam konteks ini, niat beli ulang konsumen sangat dipengaruhi kualitas pelayanan yang mereka terima. Semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk kembali melakukan pembelian dimasa yang akan datang. Efisiensi dan kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan membentuk persepsi positif. Jika perusahaan dapat maksimal dalam melayani konsumennya atau memenuhi ekspektasi konsumen, dapat menimbulkan niat beli ulang (Rizky Mudfarikah & Renny Dwijayanti, 2021). Kualitas makanan juga menjadi aspek penting dalam menimbulkan niat beli ulang suatu konsumen, dikarenakan kualitas makanan adalah adanya suatu kesesuaian makanan untuk dikonsumsi konsumen. Dengan memberikan kualitas makanan yang sesuai dengan harapan dari konsumen, dapat membuat pengaruh positif pada restoran dengan konsumen (Peri, yang dikutip oleh

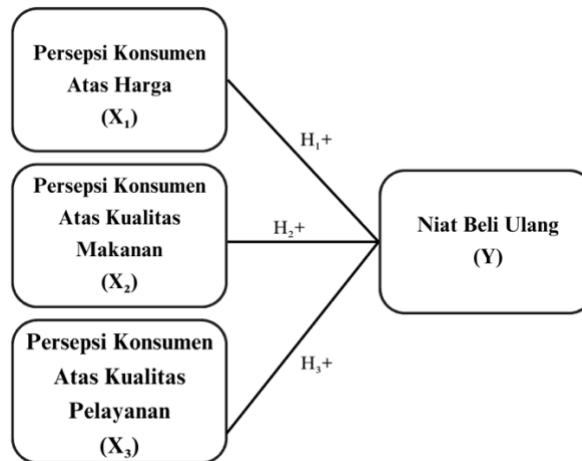
Winarjo et al., 2017). Menurut (Margareta & Edwin, dikutip oleh Marselina Rosalin Milo, 2019), kualitas makanan memiliki peran penting untuk menimbulkan niat beli dari konsumennya. Sehingga dapat disimpulkan, jika kualitas makanan yang diberikan tinggi maka niat beli yang muncul akan tinggi. Namun, berdasarkan *preliminary research* yang dilakukan, ditemukan bahwa ada banyak konsumen yang mengeluhkan kualitas layanan dan juga kualitas makanan yang tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan dari Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung sehingga hal tersebut menyebabkan rendahnya niat beli ulang para konsumen.

Selain kualitas pelayanan dan kualitas makanan, salah satu aspek penting dalam mempengaruhi niat beli ulang konsumen adalah persepsi harga. Jika konsumen merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan atau anggaran mereka, maka kemungkinan besar mereka memutuskan untuk membeli produk tersebut. Menurut (Tjiptono, dikutip oleh Wifky Muharam & Euis, 2015), persepsi harga adalah pandangan atau penilaian konsumen terhadap besaran uang atau nilai yang harus dikeluarkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau menggunakan barang atau jasa. Faktor – faktor yang menjadi indikator dalam persepsi harga meliputi kesesuaian harga dengan kualitas produk. Beberapa konsumen tidak keberatan untuk membayar harga yang relatif mahal asalkan produk memiliki kualitas yang baik. Namun, ada juga konsumen yang lebih cenderung memilih produk dengan harga yang rendah namun tetap berkualitas. Selain itu, persepsi harga juga berkaitan dengan kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan oleh produk. Konsumen akan membandingkan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut apakah sepadan dengan harga yang harus dibayar. Jika manfaat yang diperoleh dianggap sepadan atau melebihi harga yang dikeluarkan, maka konsumen akan cenderung memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan hasil *preliminary research* yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan menjadi faktor para konsumen tidak memiliki niat beli ulang pada Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung dikarenakan harga yang terbilang cukup mahal, namun kualitas pelayanan yang didapatkan oleh konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi yang dimilikinya.

## 1.6 Hipotesis

**Gambar 1.9**  
**Model Konseptual**



Sumber: Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Persepsi konsumen atas harga berpengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung

H<sub>2</sub>: Persepsi konsumen atas kualitas makanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung

H<sub>3</sub>: Persepsi konsumen atas kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung