

**USULAN PERBAIKAN PADA TOKO VICTORY  
ACCESSORIES BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR  
YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI ULANG**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

Nama : Monica Chandra Hariadi

NPM : 6131801018



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

**USULAN PERBAIKAN PADA TOKO VICTORY  
ACCESSORIES BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR  
YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI ULANG**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

Nama : Monica Chandra Hariadi

NPM : 6131801018



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

**PROPOSED IMPROVEMENT AT VICTORY  
ACCESSORIES SHOP BASED ON FACTORS  
AFFECTING REPURCHASE INTENTION**

**THESIS**

Submitted to fulfill one of the requirements to achieve a  
Bachelor's degree in Industrial Engineering

**Aranged by:**

**Name : Monica Chandra Hariadi**

**Student ID: 6131801018**



**BACHELOR STUDY PROGRAM IN INDUSTRIAL  
ENGINEERING  
MAJOR OF INDUSTRIAL ENGINEERING  
FACULTY OF INDUSTRIAL  
TECHNOLOGY  
PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVESITY  
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Monica Chandra Hariadi  
NPM : 6131801018  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN PADA TOKO VICTORY ACCESSORIES  
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
NIAT BELI ULANG

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Agustus 2022

**Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri**

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

Pembimbing Tunggal

(Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. )



Program Studi Sarjana Teknik Industri  
Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

## **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Monica Chandra Hariadi

NPM : 6131801018

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

### **“USULAN PERBAIKAN PADA TOKO VICTORY ACCESSORIES BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI ULANG”**

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

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

Bandung, 8 Agustus 2022

Monica Chandra Hariadi  
6131801018

## ABSTRAK

Toko Victory *Accessories* merupakan salah satu toko aksesoris *gadget* yang berdiri sejak tahun 2017 di Cikupa, Tangerang. Data penjualan pada Toko Victory *Accessories* pada 1 tahun terakhir ini menunjukkan tidaknya tercapai target penjualan yang telah ditentukan pemilik toko dan cenderung mengalami penurunan penjualan. Salah satu penyebab penurunan penjualan adalah rendahnya niat pembelian ulang oleh konsumen. Maka dari itu, dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat beli ulang di Toko Victory *Accessories* agar dapat memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli ulang.

Penelitian diawali dengan menentukan variabel dan atribut berdasarkan penelitian serupa sebelumnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kelengkapan produk, harga, promosi, suasana toko, lokasi, kepuasan pelanggan, dan niat beli ulang. Dari variabel tersebut akan dilakukan pengumpulan data dengan kuesioner dan wawancara kepada responden. Didapatkan 152 data yang terkumpul akan diolah dengan metode PLS SEM dengan bantuan aplikasi Smart PLS.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, suasana toko, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang. Berdasarkan hasil analisis didapatkan terdapat 8 usulan perbaikan untuk Toko Victory *Accessories*.

## **ABSTRACT**

*Victory Accessories store is one of the gadget accessories stores that was established in 2017 in Cikupa, Tangerang. Sales data at the Victory Accessories Store in the last 1 year shows whether or not the sales target that has been determined by the store owner has been achieved and sales tend to decrease. One of the causes of the decline in sales is the low repurchase intention by consumers. Therefore, a study was conducted to determine the factors that can affect repurchase intentions at the Victory Accessories Store in order to provide suggestions for improvement to increase repurchase intentions.*

*The research begins by determining the variables and attributes based on previous similar studies. The variables used in this study are service quality, product completeness, price, promotion, store atmosphere, location, customer satisfaction, and repurchase intention. From these variables, data collection will be carried out with questionnaires and interviews with respondents. It was found that 152 data collected will be processed using the PLS SEM method with the help of the Smart PLS application.*

*The results of data processing indicate that the variables of service quality, price, store atmosphere, and location have a significant effect on customer satisfaction, and customer satisfaction has a significant effect on repurchase intention. results Based on the analysis found 8 proposed improvements for the Victory Accessories Store.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, sehingga laporan skripsi dengan judul Usulan Perbaikan Pada Toko Victory Accessories Berdasarkan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat mencapai kelulusan dan gelar sarjana pada Teknik Industri, Universitas Katolik Parahyangan.

Penyusunan skripsi tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari pihak-pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing tunggal penulis yang telah bersedia memberikan waktu dan tenaganya untuk membimbing dengan memberikan masukan, saran, dan arahan dalam penyusunan laporan skripsi
2. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku koordinator skripsi yang telah mempersiapkan kegiatan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan Teknik Industri, Universitas Katolik Parahyangan
3. Bapak Daniel dan Bapak Victor selaku pemilik dan pihak toko yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi
4. Orangtua, adik, dan keluarga lainnya yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam proses pembuatan skripsi
5. Seluruh dosen dan staf Tata Usaha Fakultas Teknologi Industri Universitas Katolik Parahyangan
6. Teman-teman penulis baik di dalam UNPAR maupun di luar UNPAR, serta kakak dan adik kelas yang telah menemani dan mendukung selama masa perkuliahan
7. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner penelitian
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi



Penulis memohon maaf atas keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan laporan skripsi, maka penulis menerima segala bentuk kritik dan sarang yang dapat membangun dan memperbaiki penelitian di masa mendatang. Penulis berharap laporan skripsi yang jauh dari kesempurnaan ini dapat memberkan dampak positif bagi penulis maupun pembaca.

Bandung, 8 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Monica', with a stylized flourish at the end.

Monica Chandra Hariadi

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</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-7
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-8
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-8
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-8
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Definisi Toko dan Aksesori.....	II-1
II.2 Perilaku Konsumen .....	II-1
II.3 Kepuasan Pelanggan.....	II-3
II.4 Niat Beli Ulang .....	II-4
II.5 Penelitian Niat Beli Ulang.....	II-4
II.5.1 Penelitian Nursanti & Herlina (2012).....	II-5
II.5.2 Penelitian Liu & Tse (2018) .....	II-5
II.5.3 Penelitian Raihana & Setiawan (2018) .....	II-6
II.6 Teknik <i>Sampling</i> .....	II-8
II.7 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....	II-8
II.8 Partial Least Squares SEM (PLS SEM).....	II-8
II.8.1 Pengujian Model Pengukuran.....	II-9
II.8.2 Pengujian Model Struktural.....	II-10
<b>BAB III PENGEMBANGAN DAN PENGUJIAN MODEL</b> .....	<b>III-1</b>
III.1 Pengembangan Model Penelitian.....	III-1

III.2 Penyusunan Operasionalisasi Variabel .....	III-6
III.3 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	III-9
III.4 Pengumpulan Data .....	III-13
III.5 Pengolahan Data Profil Responden .....	III-14
III.6 Pengujian Model Penelitian .....	III-15
III.6.1 Pengujian Model Pengukuran.....	III-16
III.6.2 Pengujian Model Struktural .....	III-20
III.7 Niat Beli Ulang .....	III-24
<b>BAB IV ANALISIS DAN USULAN .....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1 Analisis Pengolahan Data Profil Responden.....	IV-1
IV.2 Analisis Pengujian Model Penelitian .....	IV-3
IV.2.1 Analisis Pengujian Model Pengukuran .....	IV-3
IV.2.2 Analisis Pengujian Model Struktural .....	IV-5
IV.3 Analisis Niat Beli Ulang .....	IV-8
IV.4 Analisis Prioritas Usulan Perbaikan .....	IV-11
IV.5 Rancangan Usulan Perbaikan Toko.....	IV-13
IV.5.1 Usulan Perbaikan Suasana Toko .....	IV-13
IV.5.2 Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan.....	IV-15
IV.5.3 Usulan Perbaikan Harga dan Nilai .....	IV-17
IV.5.4 Usulan Perbaikan Lokasi.....	IV-18
IV.6 Evaluasi Usulan Perbaikan .....	IV-19
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>V-1</b>
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-1

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Penjualan Barang Toko Victory <i>Accessories</i> .....	I-5
Tabel I.2 Toko Aksesori <i>Handphone</i> yang Dikenal oleh Responden.....	I-6
Tabel I.3 Rekapitulasi Alasan Keinginan Responden untuk Berkunjung Kembali.....	I-6
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	III-6
Tabel III.2 Pertanyaan Bagian Ketiga Kuesioner.....	III-10
Tabel III.3 Rekapitulasi Hasil <i>Pre-Test</i> Kuesioner Bagian Ketiga .....	III-12
Tabel III.4 Rekapitulasi Profil Responden .....	III-14
Tabel III.5 Hasil <i>Internal Consistency Reliability</i> .....	III-16
Tabel III.6 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	III-17
Tabel III.7 Hasil AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ) .....	III-18
Tabel III.8 Hasil <i>Cross Loading</i> .....	III-18
Tabel III.9 Hasil <i>Fornell-Lacker Criterion</i> .....	III-19
Tabel III.10 Nilai VIF .....	III-21
Tabel III.11 Nilai <i>Path Coefficient</i> .....	III-21
Tabel III.12 <i>Total Effect</i> .....	III-22
Tabel III.13 Hasil <i>T-value</i> dan <i>P-value</i> .....	III-22
Tabel III.14 Nilai <i>R-square</i> .....	III-23
Tabel III.15 Hasil Wawancara Tambahan dengan Perwakilan Responden .....	III-24
Tabel IV.1 Nilai <i>Performance</i> dan <i>Importance</i> Variabel.....	IV-11
Tabel IV.2 Usulan Perbaikan Variabel Suasana Toko.....	IV-14
Tabel IV.3 Papan Tanda Petunjuk Letak Produk.....	IV-15
Tabel IV.4 Usulan Format Pendataan Jumlah Barang .....	IV-17
Tabel IV.5 Usulan Perbaikan Variabel Harga dan Nilai .....	IV-18
Tabel IV.6 Usulan Perbaikan Variabel Lokasi .....	IV-19
Tabel IV.7 Rekapitulasi Hasil Evaluasi Usulan Perbaikan .....	IV-20



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Peningkatan Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	I-2
Gambar I.2 Penjualan Barang Toko <i>Victory Accessories</i> .....	I-3
Gambar I.3 Metodologi Penelitian.....	I-9
Gambar II.1 Tahapan Konsumen Membuat Keputusan .....	II-3
Gambar II.2 Penelitian Liu dan Tse (2018).....	II-6
Gambar II.3 Penelitian Raihana dan Setiawan (2018) .....	II-6
Gambar II.4 Model Pengukuran Reflektif dan Formatif .....	II-9
Gambar III.1 Model Penelitian.....	III-6
Gambar III.2 <i>Path Model</i> Awal .....	III-15
Gambar III.3 Model Akhir Penelitian.....	III-24
Gambar IV.1 <i>Importance Performance Matrix</i> .....	IV-12
Gambar IV.2 Papan Tanda Petunjuk Letak Produk.....	IV-15
Gambar IV.3 Contoh Papan Nama di Depan Toko .....	IV-20



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A : KUESIONER PENELITIAN



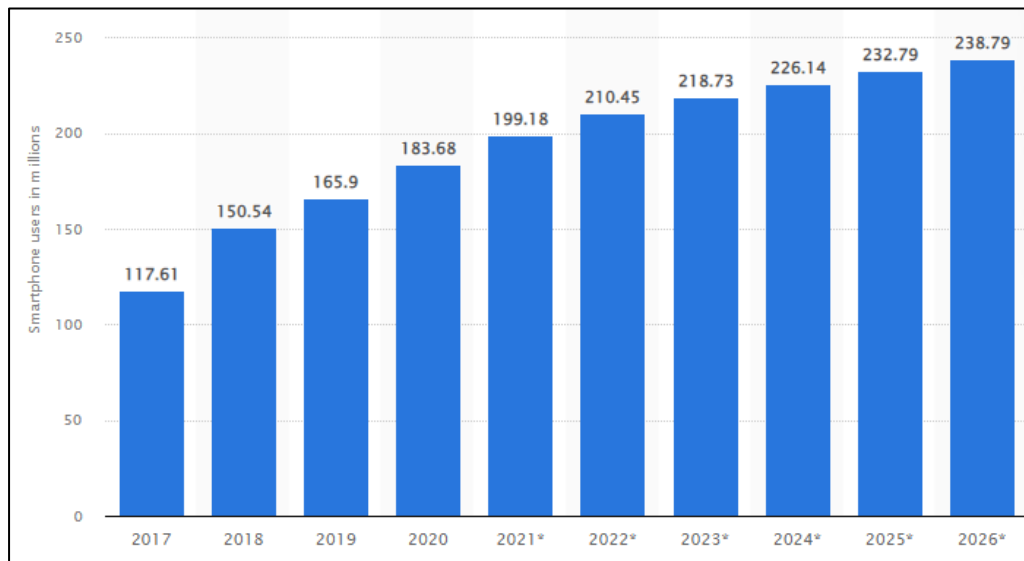
# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pendahuluan yang dilakukan pada penelitian. Bab pendahuluan ini akan terbagi menjadi beberapa sub bab yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metodologi penelitian. Berikut pemaparan dari setiap subbab.

### I.1 Latar Belakang Masalah

Pengguna *smartphone* meningkat seiring dengan perkembangan teknologi. *Smartphone* atau ponsel pintar menjadi salah satu bagian penting bagi kehidupan masyarakat, banyak kegiatan dapat diakses dengan mudah melalui ponsel pintar tersebut. Menurut penelitian yang dilakukan statista.com terdapat peningkatan pengguna *smartphone* di Indonesia setiap tahunnya. Statista *Research Development* merupakan salah satu *website* yang melakukan penelitian dengan melakukan survey sebagai alat ukur untuk mendapatkan hasil yang dituju. Hasil penelitian berdasarkan survey yang dilakukan statista.com menunjukkan sejak tahun 2017 hingga 2020 terlihat penggunaan *smartphone* terus meningkat dan diprediksi akan terus meningkat di tahun-tahun berikutnya. Indonesia menjadi negara peringkat empat dalam pasar penyebaran dan penggunaan *smartphone*. Hal ini berkaitan dengan globalisasi serta kemudahan transportasi yang memudahkan pengiriman barang sehingga mempermudah dalam pendistribusian barang. Dengan itu, konsumen suatu produk dapat dengan mudah mendapatkan produk yang diinginkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dihasilkan sebanyak 117,61 juta pengguna *smartphone* di Indonesia pada tahun 2017. Hingga tahun 2020 pengguna meningkat hingga 183,68 juta pengguna dan diprediksi pengguna *smartphone* akan terus meningkat di tahun selanjutnya. Berikut data peningkatan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia dapat dilihat pada Gambar I.1 dibawah ini.



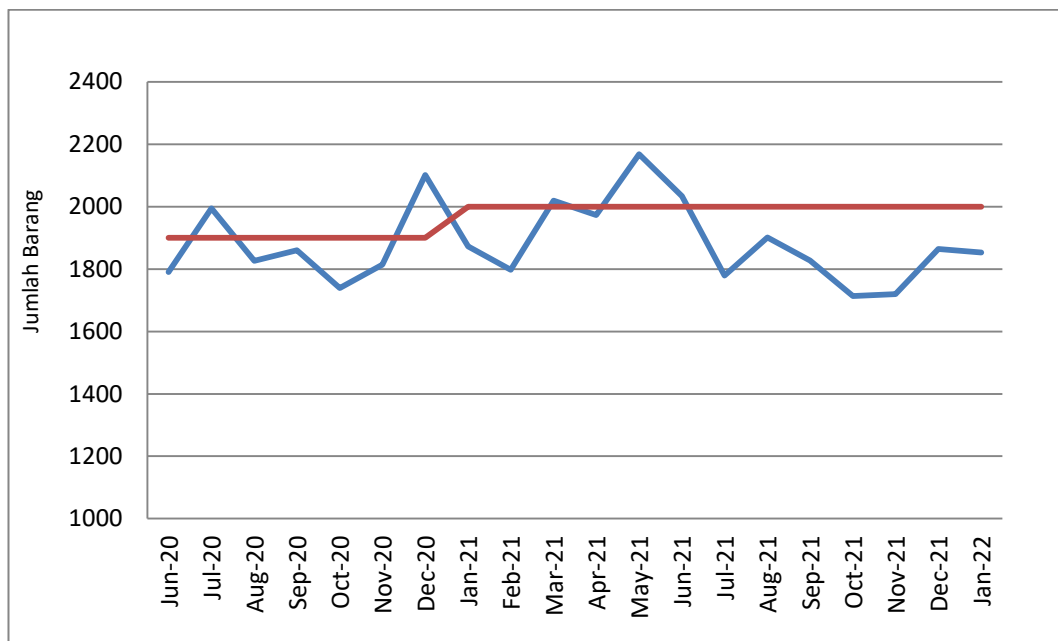
Gambar I.1 Peningkatan Jumlah Pengguna *Smartphone* di Indonesia  
(Sumber : <https://www.statista.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/>)

Seiring dengan peningkatan jumlah pengguna *smartphone*, maka dapat mempengaruhi kebutuhan akan aksesori untuk *handphone*. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), aksesori memiliki arti sebagai barang tambahan, dimana aksesori *handphone* akan memiliki arti barang tambahan untuk *handphone*. Aksesori *handphone* atau yang biasa disebut dalam bahasa Inggris sebagai *accessories* ini dapat mendukung performa dan melindungi kualitas dari *handphone* tersebut. Menurut *Chief Operating Officer* (COO) Bima *Accessories*, salah satu distributor resmi dan besar untuk aksesoris *gadget* di Indonesia, mengatakan bila peningkatan penjualan *smarthophone* akan mendorong industri aksesoris *gadget* ([ekbis.indonews.com](http://ekbis.indonews.com)). Dengan pernyataan tersebut, dapat dikatakan Toko Victory *Accessories* dapat menjadi salah satu peran atau kompetitor dalam industri aksesoris *gadget*.

Toko Victory *Accessories* merupakan toko yang menyediakan aksesoris perlengkapan *handphone*. Toko Victory *Accessories* berada di Cikupa, Tangerang yang berdiri sejak 2017. Terdapat berbagai jenis produk yang dijual di toko ini, mulai dari *casing* HP, kabel USB, layar LCD, *headphone*, serta perlengkapan aksesoris lainnya. Toko ini beroperasi setiap hari mulai dari jam 09:00 WIB hingga 21:00 WIB. Penjualan berfokus melalui toko saja dan tidak memanfaatkan media sosial ataupun media elektronik seperti *e-commerce* lainnya secara maksimal. Menurut pemilik toko, penjualan tidak dilakukan secara

*online* dikarenakan faktor harga yang bersaing di toko *online*, serta terdapat biaya tambahan berupa peralatan untuk membungkus dan jasa tambahan untuk mengerjakan hal tersebut, sehingga pemilik toko tidak berfokus dalam melakukan pemasaran secara *online*.

Dalam 1 hingga 2 tahun terakhir ini terlihat bila penjualan barang di Toko Victory Accessories tidak mengalami peningkatan dan tidak mencapai target yang diharapkan oleh pemilik toko. Pemilik memiliki target penjualan perbulan sekitar 2000 produk yang terjual di tahun 2021. Pemilik tentunya mengharapkan peningkatan penjualan setiap tahunnya, maka dalam memasang target penjualan pemilik menjadikan riwayat penjualan dan penghasilan di tahun sebelumnya sebagai pertimbangan, serta menyesuaikan dengan pengeluaran yang harus dikeluarkan setiap bulannya, agar pendapatan yang keluar tidak melebihi pendapatan yang masuk. Berikut data penjualan beserta target penjualan Toko Victory Accessories setiap bulan sejak Juni 2020 hingga Januari 2022 yang dapat dilihat pada Gambar I.2 dibawah ini.



Gambar I.2 Penjualan Barang Toko Victory Accessories

Dari grafik pada Gambar I.2 diatas terdapat garis biru yang menandakan data penjualan dan garis merah menandakan target penjualan. Terlihat terdapat peningkatan dan penurunan jumlah barang terjual yang tidak stabil yang mengakibatkan tidak tercapainya target yang diharapkan. Grafik penjualan

barang tersebut merepresentasikan penghasilan dari toko, dikarenakan menurut pemilik toko, setiap barang memiliki rata-rata profit yang sama. Penjualan tertinggi sejak Juni 2020 hingga Januari 2022 ada pada Desember 2020 dan Mei 2021, sedangkan penjualan terendah terjadi di sekitar Oktober 2021 dan November 2021. Pencapaian target pada tahun 2021 yaitu sebanyak 2000 barang, terjadi pada Maret, Mei, dan Juni. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, pada bulan-bulan tertentu terdapat peningkatan penjualan yang biasanya dikarenakan terdapatnya hari libur nasional dimana kemungkinan orang-orang memiliki pendapatan lebih dan memiliki waktu untuk berkunjung dan melakukan pembelian, sedangkan penjualan rendah biasanya dikarenakan oleh faktor cuaca, bila cuaca sedang hujan terus menerus maka toko menjadi sepi. Diluar dari asumsi yang dipaparkan pemilik toko, pemilik toko tidak mengetahui alasan pasti mengapa penjualan tidak mencapai target dan cenderung menurun dalam tahun terakhir ini. Maka diperlukan identifikasi untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan masalah agar dapat memberikan upaya baru untuk menangani masalah tersebut.

## **I.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah**

Dalam mengetahui masalah yang dihadapi oleh Toko Victory *Accessories*, dilakukan wawancara awal dengan pemilik toko yang dilanjutkan dengan survey dan wawancara dengan konsumen. Dari hasil wawancara dengan pemilik toko didapatkan bila pemilik telah melakukan beberapa usaha pemasaran agar penjualan dapat stabil dan tidak mengalami penurunan. Beberapa usaha pemasaran tersebut berupa pemasangan spanduk promosi hingga memberikan hadiah hiburan untuk pembelian kesekian. Promosi tersebut dilakukan karena pemilik toko mengharapkan pelanggan dapat datang kembali dan melakukan pembelian ulang di toko ini. Namun, pemilik melihat usaha tersebut kurang diminati oleh para pembeli, karena penjualan beberapa bulan kemudian tidak mengalami perkembangan signifikan dan tidak mengarah pada peningkatan penjualan, sehingga usaha promosi tersebut tidak dilanjutkan kembali. Dengan perkembangan teknologi juga berpengaruh terhadap persaingan toko aksesoris *handphone* baik dari toko *offline* maupun toko *online*. Pemilik menyadari adanya persaingan yang semakin ketat. Diketahui di sekitar area Toko Victory *Accessories* terdapat sekitar 6 pesaing. Menurut Direktorat Jenderal Aplikasi

Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menyatakan bila pertumbuhan perdagangan melalui elektronik (*e-commerce*) di Indonesia mencapai 78%. Dengan banyaknya pesaing dari toko *offline* maupun *online*, maka dibutuhkan usaha lebih dari toko ini agar tidak kalah dengan pesaing lainnya.

Dalam mengidentifikasi masalah lebih lanjut, dilakukan juga wawancara kepada pelanggan baik dari pelanggan Toko Victory *Accessories* maupun di luar toko ini. Wawancara ini dilakukan kepada responden yang berada di Tangerang, khususnya daerah Cikupa. Hasil wawancara didapatkan 21 responden memiliki frekuensi pembelian aksesoris *handphone* baik dalam *online* maupun *offline* sebanyak 1 hingga 5 kali dalam 1 tahun terakhir ini, dimana dapat dikatakan jika kebutuhan akan aksesoris *handphone* cukup diminati. Dari 21 orang responden didapatkan bahwa sebanyak 17 orang pernah melakukan pembelian aksesoris *handphone* secara *online* dan *offline*. Data responden tersebut dapat digunakan untuk melihat pandangan atau perbandingan dari metode pembelian aksesoris *handphone* secara *online* dan *offline*. 2 responden hanya melakukan pembelian aksesoris *handphone* secara *online* saja, dan 2 responden hanya melakukan pembelian secara *offline*. Berdasarkan data tersebut, untuk mengetahui lebih lanjut manakah yang masih menjadi pilihan utama dalam metode pembelian aksesoris *handphone*, dan didapatkan bahwa sebanyak 13 dari 21 responden masih memilih metode *offline* untuk melakukan transaksi dan sisanya memilih metode *online*. Kedua metode belanja tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan, maka setiap responden diminta untuk memberikan alasan mengapa mereka memilih metode pembelian. Berikut Tabel I.1 merupakan beberapa alasan responden yang lebih memilih metode *offline*.

Tabel I.1 Alasan Responden Lebih Memilih Pembelian Aksesoris secara *Offline*

No	Alasan responden lebih memilih pembelian melalui toko offline:
1	Lokasi dekat dengan tempat tinggal
2	Dapat melihat dan mengecek kualitas barang
3	Cepat mendapatkan barang yang diinginkan (tidak perlu menunggu pengiriman)
4	Dapat berkomunikasi/bertanya langsung kepada karyawan
5	Belum pernah melakukan pembelian <i>online</i> /tidak bisa menggunakannya
No	Alasan responden tidak memilih pembelian melalui toko online
1	Terdapat waktu menunggu untuk pengiriman
2	Tidak dapat melihat/mengecek kualitas produk
3	Takut barang yang datang rusak/tidak sesuai

Dari 21 responden tersebut, memiliki toko favorit masing-masing yang pernah dikunjungi berkali-kali baik secara *online* maupun *offline*. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui responden yang memilih metode pembelian secara *online* mengunjungi toko *online* yang berbeda-beda karena tergantung dengan ketersediaan barang dan promosi yang dilakukan pada toko *online* tersebut. Sedangkan untuk toko *offline* responden dapat mengingat dan menyebutkan toko yang pernah dikunjungi. Dalam wawancara dengan responden yang pernah melakukan pembelian aksesoris secara *offline* maupun *online*, mereka dapat menyebutkan lebih dari satu toko aksesoris *handphone* yang mereka ketahui di sekitar daerah Cikupa, Tangerang. Berikut Tabel 1.2 merupakan beberapa daftar toko *offline* yang diketahui oleh responden.

Tabel 1.2 Toko Aksesoris *Handphone* yang Dikenal oleh Responden

<b>Toko Offline</b>	<b>Jumlah Responden yang Mengetahui</b>
Mega Citra	10
Andi Jaya	14
Victory	12
Indo Grosir	12
Surya	7
Danau	5
Official Store Samsung	1
Tidak tahu	3

Berdasarkan hasil wawancara, 19 dari 21 responden dapat menyebutkan toko aksesoris *handphone* yang mereka tahu atau pernah mengunjungi toko *offline* di sekitar Cikupa. Dari toko-toko yang disebutkan oleh responden, Toko Victory *Accessories* menempati posisi kedua dengan jumlah responden sebanyak 12 responden, sebagai toko aksesoris *handphone* yang teringat dan pernah dikunjungi oleh responden. Maka akan dilakukan wawancara lanjutan kepada responden tersebut untuk mengetahui pandangan pengunjung terhadap Toko Victory *Accessories* dan mendapatkan permasalahan lebih lanjut. Pertanyaan diawali mengenai akankan mereka melakukan kunjungan kembali ke Toko Victory *Accessories* beserta alasannya. Berikut pada Tabel 1.3 merekapitulasi hasil wawancara lanjutan dengan responden yang pernah mengunjungi Toko Victory *Accessories*.

Tabel I.3 Rekapitulasi Alasan Keinginan Responden untuk Berkunjung Kembali

No	Apakah ingin berbelanja kembali?	Alasan
1	Ya	Barangnya lumayan lengkap dan harganya cukup terjangkau
2	Ya	Jenis barang cukup beragam dan lengkap
3	Tidak	Jarang ada diskon/promosi, saat ambil/cari barangnya butuh waktu
4	Ya	Lokasi yang dekat dan mudah digapai, barang cukup lengkap
5	Ya	Barang yang diinginkan tersedia
6	Tidak	Kurang leluasa buat milih dan biasa butuh waktu untuk dilayani
7	Tidak	Tempatnya cukup sempit
8	Tidak	Pembelian kedua, isi barangnya rusak
9	Tidak	Barangnya sedang kosong dan pelayanannya agak lama karena harus mencari barang dahulu
10	Tidak	Di toko lain pelayanan lebih cepat karena bisa mencari barang sendiri
11	Ya	Sudah sering belanja sini dan langganan
12	Tidak	karena sudah ada <i>online</i> dan waktu menunggu disini agak lama

Hasil wawancara mengenai keinginan responden untuk mengunjungi toko kembali, terdapat sekitar 41,67% atau 5 dari 12 responden ingin mengunjungi kembali dan sisanya tidak ingin mengunjungi kembali. Data tersebut melihatkan bila niat beli ulang pelanggan pada Toko Victory *Accessories* cukup rendah. Konsumen memiliki beberapa alasan dan pertimbangan yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian kembali atau tidak. Maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi niat beli ulang konsumen agar dapat diberikan upaya perbaikan untuk mencapai target penjualan dengan meningkatkan niat beli ulang. Berdasarkan identifikasi masalah, berikut rumusan masalah untuk Toko Victory *Accessories*.

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen dalam membeli aksesoris di Toko Victory *Accessories* ?
2. Usulan apa yang dapat diberikan untuk meningkatkan niat beli ulang konsumen di Toko Victory *Accessories* ?

### I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pembatasan masalah dalam penelitian terhadap Toko Victory *Accessories* digunakan agar penelitian tidak terlalu luas dan pembahasannya

bisa lebih terfokus. Batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dilakukan hingga tahap usulan dan saran untuk Toko Victory *Accessories*.

Adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian terhadap Toko Victory *Accessories*. Asumsi ini untuk menyederhanakan permasalahan yang dapat terjadi pada penelitian ini. Dalam penelitian ini asumsi yang digunakan adalah selama penelitian berlangsung, toko Victory *Accessories* tidak mengalami perubahan signifikan yang dapat mempengaruhi penelitian, seperti dalam metode pelayanan dan pemasarannya.

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

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diperoleh sebelumnya, maka didapatkan beberapa tujuan yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan tersebut akan menjawab rumusan masalah yang ada. Berikut merupakan tujuan penelitian dalam penelitian.

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang terhadap Toko Victory *Accessories*
2. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli ulang pada Toko Victory *Accessories* berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang dalam pembelian di Toko Victory *Accessories*.

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

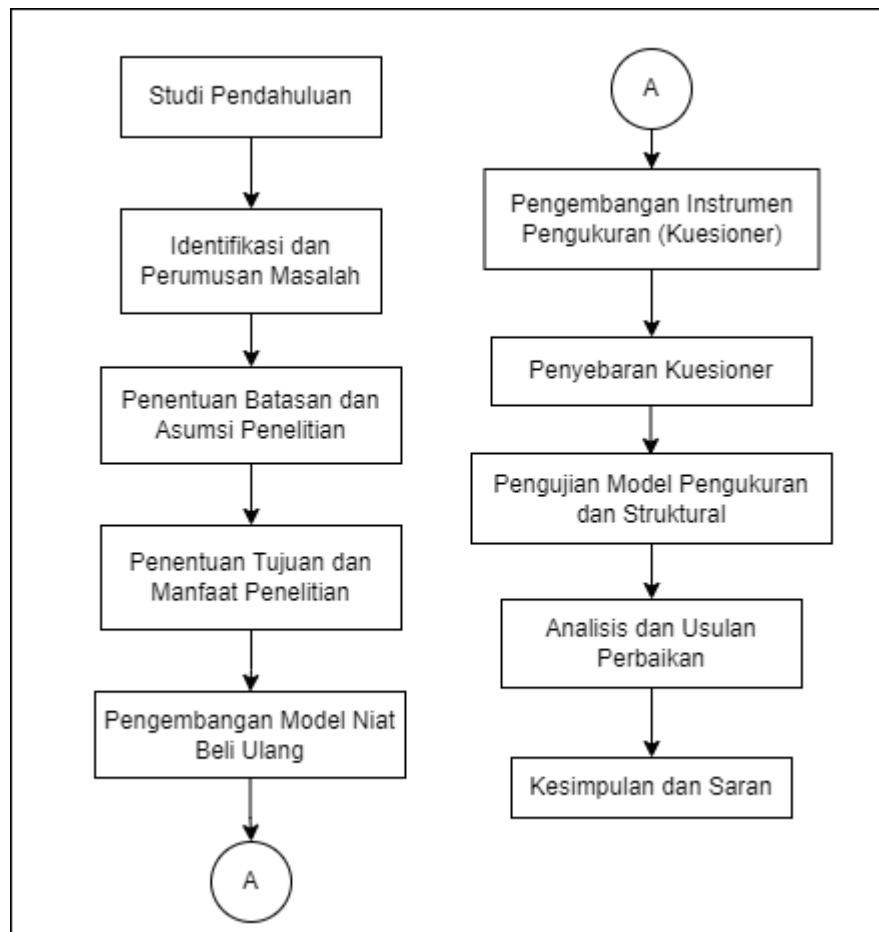
Dari penelitian yang dilakukan terhadap Toko Victory *Accessories* diharapkan memberikan manfaat kepada pihak terkait, baik bagi toko, peneliti, dan pembaca. Manfaat dari penelitian ini ialah sebagai berikut.

1. Pemilik Toko Victory *Accessories* dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi niat beli ulang sehingga dapat sebagai bahan pertimbangan untuk diperbaiki agar mencapai target dan meningkatkan penjualan.
2. Peneliti dapat menerapkan ilmu Teknik Industri yang didapatkan, serta melatih kemampuan dalam menganalisis serta memberikan usulan perbaikan.
3. Pembaca dapat memperoleh informasi mengenai faktor yang mempengaruhi niat beli ulang serta memperoleh bahan referensi yang akan digunakan untuk melakukan penelitian yang serupa.



## I.6 Metodologi Penelitian

Pada metodologi penelitian akan dijabarkan tahapan yang dilakukan dalam penelitian. Terdapat 10 tahap yang akan dilakukan pada penelitian ini. Tahap tersebut dimulai dari studi pendahuluan untuk mengetahui permasalahan awal, hingga tepat terakhir berupa kesimpulan dari hasil penelitian serta saran. Dengan metodologi penelitian diharapkan penelitian dapat berjalan secara sistematis dan terarah. *Flow diagram* untuk metodologi penelitian dapat dilihat pada Gambar I.3. Penjelasan dari setiap tahapan metodologi penelitian sebagai berikut.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

### 1. Studi Pendahuluan

Tahap pertama untuk melakukan penelitian adalah dengan menentukan objek penelitian. Dari objek tersebut akan dilakukan studi pendahuluan yang terdiri dari observasi dan wawancara terhadap pemilik toko serta

pelanggan. Wawancara awal tersebut untuk mengetahui informasi serta permasalahan awal yang terjadi.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari data-data pendukung yang telah terkumpul , selanjutnya akan diidentifikasi serta dirumuskan permasalahannya untuk menggali masalah yang terjadi pada objek penelitian. Data-data yang diidentifikasi tersebut berasal dari wawancara serta pengisian kuesioner.

3. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian

Tahap berikutnya terdapat penentuan batasan dan asumsi pada penelitian. Pembatasan masalah dan asumsi penelitian dilakukan untuk membatasi ruang lingkup agar penelitian dapat lebih terfokus dan terarah.

4. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tahap berikutnya adalah penentuan tujuan dari penelitian yang disusun berdasarkan rumusan masalah yang telah didapatkan sebelumnya. Manfaat penelitian diharapkan dapat diberikan kepada pemilik objek, peneliti, dan bagi pembaca.

5. Pengembangan Model Niat Beli Ulang

Dalam mengembangkan model niat beli ulang, akan dilakukan studi penelitian untuk mencari model penelitian yang didapatkan melalui jurnal atau penelitian terdahulu. Dari model niat beli ulang pada penelitian sebelumnya melalui jurnal, dapat dikembangkan kembali sesuai dengan permasalahan yang terdapat pada Toko Victory *Accessories*.

6. Pengembangan Instrumen Pengukuran dengan Kuesioner

Instrumen pengukuran yang digunakan dalam meneliti lebih lanjut dilakukan dengan kuesioner. Kuesioner akan disusun untuk mendapatkan informasi dari responden yang dapat mendukung pengolahan data di tahap berikutnya.

7. Penyebaran Kuesioner

Dari kuesioner yang telah disusun akan disebarakan secara *online*. Responden yang dituju adalah konsumen yang membeli aksesoris *handphone*.

8. Pengujian Model Pengukuran dan Struktural

Data hasil kuesioner akan diolah dengan melakukan pengujian pada model pengukuran dan struktural. Model pengukuran dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari data yang diperoleh sebagai alat ukur. Pada model struktural dilakukan pengujian hipotesis dengan melihat hubungan dari variabel-variabel yang digunakan agar dapat dilihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat beli ulang konsumen.

9. Analisis dan Usulan Perbaikan

Hasil dari data yang telah diolah akan dianalisis apakah sudah menjawab target yang ingin dicapai. Dari analisis tersebut akan dilanjutkan dengan pemberian usulan perbaikan kepada Toko Victory *Accessories* untuk mencapai keinginan dari pemilik toko.

10. Penarikan Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir dari penelitian berupa kesimpulan dan saran. Kesimpulan disusun untuk menjawab tujuan penelitian serta merangkum hal yang diperoleh. Saran diberikan untuk masukan terhadap penelitian serupa selanjutnya.

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

Sistematika penulisan akan membahas mengenai penulisan laporan pada penelitian skripsi. Sistemastikan penulisan dapat membantu dalam mengetahui hal-hal yang akan dibahas pada setiap bagiannya. Dalam sistematika penulisan ini terdiri dalam 5 bab yang terdiri dari pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, serta kesimpulan dan saran.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan membahas mengenai pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Dalam bab ini akan membahas mengenai latar belakang dari permasalahan, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan membahas mengenai teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Selain teori, adapun metode-metode yang digunakan

sebagai sumber literatur. Referensi yang digunakan didapatkan melalui buku, jurnal, dan penelitian terdahulu.

### **BAB III PENGEMBANGAN DAN PENGUJIAN MODEL**

Bab ini akan membahas pengembangan model yang digunakan, langkah pengumpulan data, dan pengujian data. Pengujian data dalam pengolahan data akan dilakukan untuk profil responden, pengujian model pengukuran dan struktural.

### **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Bab ini akan membahas hasil dari pengolahan data untuk dianalisis. Dari analisis yang telah dilakukan berikutnya akan ada usulan perbaikan yang ditujukan pada objek penelitian. Berikutnya terdapat evaluasi akhir dari pemberian usulan perbaikan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini membahas kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan beserta saran untuk penelitian berikutnya. Kesimpulan akan berisi jawaban dari rumusan masalah. Saran akan diberikan untuk penelitian serupa berikutnya.