

**USULAN PERBAIKAN DI RUMAH MAKAN
ANGKRINGAN MAS DIDOT BERDASARKAN
FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI
KONSUMEN**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Aaron Adityo Nugroho

NPM : 6131801031



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

PROPOSED IMPROVEMENTS IN THE RESTAURANT ANGKRINGAN MAS DIDOT BASED ON FACTORS AFFECTING CONSUMER BUYING INTEREST

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Aaron Adityo Nugroho

NPM : 6131801031



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Aaron Adityo Nugroho
NPM : 6131801031
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN DI RUMAH MAKAN
ANGKRINGAN MAS DIDOT BERDASARKAN FAKTOR
YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

(Dr. Ceicalia 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 : Aaron Adityo Nugroho

NPM : 6131801031

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**USULAN PERBAIKAN DI RUMAH MAKAN ANGKRINGAN MAS DIDOT
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI
KONSUMEN**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumberlain 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, 4 Agustus 2022



Aaron Adityo Nugroho

NPM : 6131801031

ABSTRAK

Makanan merupakan kebutuhan pokok tertinggi, pada tahun 2019 tercatat rata-rata penduduk Indonesia mengeluarkan 49,51% pendapatannya untuk konsumsi produk makanan. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik, pada tahun 2020 penduduk Kota Magelang memiliki rata-rata pengeluaran 40,43% untuk produk makanan di Kota Magelang. Angkringan Mas Didot merupakan rumah makan yang menjual baik makanan maupun minuman. Pertumbuhan bisnis kuliner yang ketat mengharuskan penyedia jasa untuk terus bersaing. Angkringan Mas Didot kesulitan untuk memenuhi target penjualan, karena belum memiliki cara untuk membuat konsumen berminat membeli. Berdasarkan wawancara dan studi literatur, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat beli. Penelitian diawali dengan penentuan variabel serta indikator yang dapat memengaruhi minat beli. Variabel yang digunakan antara lain adalah Kualitas Produk (KP), Kualitas Layanan (KL), Harga (HR), Atmosfer (AT), Kebersihan (KB), Lokasi (LK), *Word of Mouth* (WOM), dan Media Sosial (MS). Lalu dilakukan pembuatan dan proses penyebaran kuesioner. Melalui hasil kuesioner, data dilakukan pengujian model menggunakan metode *Structural Equation Modeling– Partial Least Square* (PLS-SEM) dan menunjukkan hasil valid serta reliabel. Hasil evaluasi tersebut menunjukkan bahwa terdapat 5 variabel yang berpengaruh terhadap minat beli, yaitu Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kebersihan, Lokasi, dan *Word of Mouth*. Berdasarkan *Importance - Performance Map Analysis* (IPMA), prioritas perbaikan diberikan untuk variabel KL, KB, dan KP. Terdapat beberapa usulan perbaikan yang direkomendasikan untuk Angkringan Mas Didot, dan sudah diterima oleh pihak Angkringan Mas Didot.

ABSTRACT

Food is the highest basic need, in 2019 it was recorded that average of Indonesian population spent 49,51% of their income on the consumption of food products. Based on a survey from the Central Statistics Agency, in 2020 the population of Magelang City has an average expenditure of 40,43% for food products. Angkringan Mas Didot is a restaurant that sells both food and drinks. The tight growth of the culinary business requires service providers to continue to compete over and over. Angkringan Mas Didot has difficulty meeting sales targets because it does not yet have the right way to attract consumer buying interest. Based on interviews and literature studies, there are several factors that influence buying interest. The research begins by determining the variables and indicators that can influence buying interest. The variables used include Product Quality (KP), Service Quality (KL), Price (HR), Atmosphere (AT), Cleanliness (KB), Location (LK), Word of Mouth (WOM), and Social Media (MS). Then the design and distribution of the questionnaire was carried out. From the results of the questionnaire, the model was then tested using the Structural Equation Modelling – Partial Least Square (PLS-SEM) method and showed valid and reliable results. The results of the evaluation show that there are 5 variables that affect buying interest, namely Product Quality (KP), Service Quality (KL), Cleanliness (KB), Location (LK), Word of Mouth (WOM). Based on Importance-Performance Map Analysis (IPMA), improvement priority is given to KL, KB, and KP variables. There are several suggestions for improvements that are recommended to be implemented by Angkringan Mas Didot.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa , karena atas rahmat, karunia, dan anugrah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan di Rumah Makan Angkringan Mas Didot Berdasarkan Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen” dengan cukup baik. Penelitian ini dibuat dan diajukan sebagai syarat kelulusan dalam Pendidikan Sarjana (S1) di Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katholik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan skripsi, penulis banyak menerima bantuan, semangat, dan dukungan sehingga mampu menyelesaikan skripsi. Maka dari hal tersebut, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua penulis yang selalu memberikan doa, bantuan dan dorongan untuk menyelesaikan penelitian skripsi.
2. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
3. Seluruh dosen Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
4. Bapak Adit selaku pemilik usaha Angkringan Mas Didot yang telah memperbolehkan penulis untuk melakukan penelitian.
5. Cindy Kurniawati Chandra yang selalu rela menemani serta memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Teman-teman kelas C Teknik Industri Universitas Katholik Parahyangan Angkatan 2018 yang telah menjadi rekan dan sahabat yang baik selama proses perkuliahan.
7. Teman-teman Teknik Industri Universitas Katholik Parahyangan Angkatan 2018 yang telah menjadi rekan dan sahabat yang baik selama proses perkuliahan

8. Teman satu bimbingan skripsi yang telah menjadi teman seperjuangan dan bertukar pendapat selama proses penyelesaian skripsi
9. Teman-teman dalam grup Eisen yang selalu menemani penulis di kala sedih dan senang serta memberi semangat dan hiburan selama proses penyelesaian skripsi
10. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih terdapat kekurangan serta kesalahan dalam penggunaan kalimat maupun isi dari penelitian. Maka dari itu, penulis terbuka dan menerima segala bentuk kritik dan saran untuk mengembangkan kemampuan penulis di masa yang akan datang.

Bandung, 8 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	I - 1
I.1 Latar Belakang Masalah	I - 1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I - 4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I - 8
I.4 Tujuan Penelitian	I - 9
I.5 Manfaat Penelitian	I - 9
I.6 Metodologi Penelitian.....	I - 9
I.7 Sistematika Penulisan	I - 12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	II - 1
II.1 Perilaku Konsumen	II - 1
II.2 Minat Beli Konsumen.....	II - 2
II.3 Model Minat Beli	II - 3
II.3.1 Penelitian Sugiarto dan Subagio (2014).....	II - 3
II.3.2 Penelitian Sulistiyawati (2021)	II - 4
II.3.3 Penelitian Lontoh et al. (2021).....	II - 5
II.3.4 Penelitian Hussain dan Ali (2015).....	II - 6
II.4 Skala	II - 7
II.5 Pengambilan Sampel.....	II - 8
II.6 Penentuan Jumlah Sampel.....	II - 8
II.7 Structural Equation Modeling (SEM).....	II - 9
II.8 Importance-Performance Map Analysis (IPMA)	II - 11
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	III - 1
III.1 Model Penelitian	III - 1
III.2 Definisi Operasional Variabel.....	III - 4
III.3 Pengumpulan Data.....	III - 9
III.3.1 Penyusunan Kuesioner Penelitian	III - 10
III.3.2 Uji Pendahuluan (<i>Pretest</i>).....	III - 10

III.3.3	Penyebaran Kuesioner	III - 11
III.3.4	Seleksi Responden.....	III - 12
III.4	Deskripsi Profil Responden.....	III - 12
III.5	Pengujian Model Penelitian	III - 14
III.5.1	Uji Normal.....	III - 14
III.5.2	Evaluasi Model Pengukuran	III - 16
III.5.3	Evaluasi Model Struktural	III - 21
III.5.4	Penentuan Prioritas Perbaikan	III - 24
BAB IV	ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN	IV - 1
IV.1	Analisis Profil Responden.....	IV - 1
IV.2	Analisis Model Penelitian	IV - 2
IV.3	Analisis Prioritas Variabel Perbaikan	IV - 6
IV.5	Usulan Perbaikan Rumah Makan Angkringan Mas Didot.....	IV - 8
IV.5.1	Usulan Perbaikan Variabel Kualitas Layanan	IV - 8
IV.5.2	Usulan Perbaikan Variabel Kebersihan.....	IV - 9
IV.5.3	Usulan Perbaikan Variabel Kualitas Produk.....	IV - 12
IV.6	Evaluasi Usulan Perbaikan	IV - 14
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	V - 1
V.1	Kesimpulan.....	V - 1
V.2	Saran.....	V - 2
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Daftar Pertanyaan Wawancara Responden	I - 6
Tabel I. 2 Rekapitulasi Hasil Wawancara Responden	I - 6
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel	III - 5
Tabel III.2 Hasil Uji Pendahuluan (Pretest)	III - 10
Tabel III.3 Profil Responden	III - 12
Tabel III.4 Rekapitulasi Uji Normal	III - 14
Tabel III.5 Composite Reliability	III - 16
Tabel III.6 Nilai Outer Loadings Awal	III - 17
Tabel III.7 Nilai Outer loading (Setelah Membuang Indikator)	III - 18
Tabel III.8 Nilai AVE (Setelah Membuang Indikator)	III - 20
Tabel III.9 Nilai Fornell-Lacker	III - 20
Tabel III.10 Evaluasi VIF	III - 21
Tabel III.11 Hasil Evaluasi Model Significance dan Path Coefficient	III - 22
Tabel III.12 Nilai R ² dari Variabel Minat Beli	III - 23
Tabel III.13 Nilai Rata-Rata Deskriptif Variabel dan Indikator	III - 24
Tabel III.14 Nilai Variabel Minat Beli Angkringan Mas Didot	III - 26
Tabel IV. 1 Rekapitulasi Usulan Perbaikan	IV - 14

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Area Outdoor Angkringan Mas Didot.....	I - 2
Gambar I. 2 Pendapatan Angkringan Mas Didot Tahun 2018 – 2021	I - 2
Gambar I. 3 Pendapatan Angkringan Mas Didot pada Tahun 2021	I - 3
Gambar I.4 Metodologi Penelitian	I - 10
Gambar II.1 Model Penelitian Sugiarto dan Subagio (2014).....	II - 4
Gambar II.2 Model Penelitian Sulistiyawati (2021)	II - 5
Gambar II.3 Model Penelitian Lontoh et al. (2021)	II - 6
Gambar II. 4 Model Penelitian Hussain dan Ali (2015).....	II - 7
Gambar II. 5 Contoh Model PLS-SEM (Hair et al., 2011)	II - 9
Gambar III. 1 Model Penelitian.....	III - 4
Gambar III.2 Model Penelitian dalam SmartPLS 3	III - 15
Gambar III.3 Hasil Pengujian Model Penelitian	III - 23
Gambar III.4 <i>Importance-Performance Map Analysis (IPMA) Matrix</i>	III - 25
Gambar IV. 1 Ilustrasi SOP Kebersihan	IV - 11
Gambar IV. 2 Ilustrasi SOP Kebersihan Peralatan Makan	IV - 11
Gambar IV. 3 Ilustrasi SOP Memasak Angkringan Mas Didot.....	IV - 13

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok dengan tingkat permintaan tertinggi di masyarakat. Pada tahun 2019, Kementerian Pertanian mencatat bahwa rata-rata penduduk Indonesia mengeluarkan 49,51% pendapatannya untuk konsumsi produk makanan (Kementerian Pertanian, 2019). Angka ini diprediksi akan selalu meningkat pada setiap tahunnya, sehingga produk makanan menjadi salah satu produk yang paling dibutuhkan. Fenomena ini juga ditemukan di Kota Magelang, yang mana pada tahun 2020 penduduknya memiliki rata-rata pengeluaran sebesar 40,43% untuk produk makanan (Badan Pusat Statistik, 2021). Tren ini menjadi peluang yang potensial bagi para pelaku usaha di masyarakat, terutama di bidang makanan dan minuman.

Kota Magelang memiliki lokasi yang strategis di Jawa Tengah, yaitu di antara Kota Semarang dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai salah satu kota tertua yang ikonik dan bersejarah, Kota Magelang mendapatkan banyak kunjungan dari wisatawan lokal maupun asing. Dalam mewujudkan visinya untuk menjadi kota pariwisata, Kota Magelang mengembangkan sektor-sektor ekonomi kreatif, salah satunya pada sektor kuliner (Kusniawan, 2021). Dari tahun ke tahun, jumlah UMKM pada bidang kuliner di Kota Magelang kian meningkat. Menurut data yang tercatat pada website Satudata (2022), Magelang memiliki lebih dari 545 unit UMKM di bidang makanan. Hal ini mendorong para pebisnis untuk meningkatkan daya saing agar dapat menciptakan bisnis yang unggul dan kompetitif.

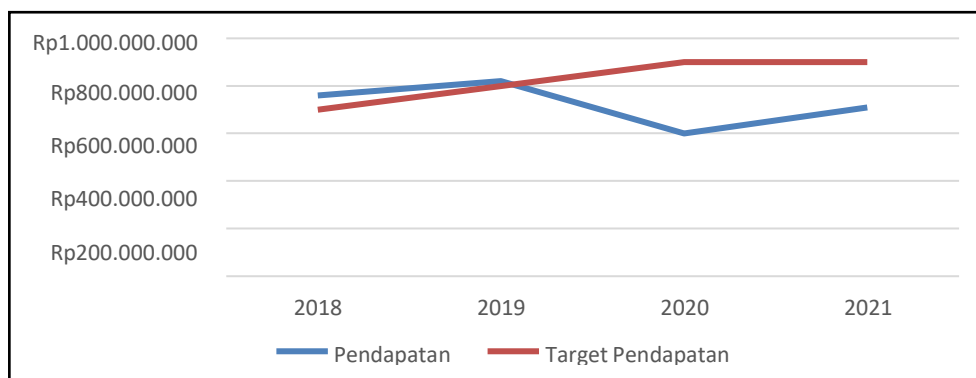
Rumah makan Angkringan Mas Didot merupakan salah satu bisnis kuliner di Kota Magelang yang didirikan pada tanggal 8 Februari 2016. Angkringan Mas Didot berlokasi di Jalan Brigjen Katamso No. 2, Kecamatan Magelang Tengah, Kota Magelang, Jawa Tengah. Sebelum pandemi, Angkringan Mas Didot beroperasi mulai pukul 16.00 hingga 04.00 WIB, namun saat ini Angkringan Mas Didot mengubah jam operasional dan beroperasi mulai pukul 09.00 hingga 01.00 WIB. Angkringan Mas Didot menawarkan produk makanan dan minuman khas angkringan pada umumnya, yaitu nasi, lauk, sate, mi instan, aneka wedang,

dan minuman dengan harga yang berkisar Rp 2.500 hingga Rp 15.000. Gambar I.1 berikut merupakan foto area makan dari Angkringan Mas Didot :



Gambar I.1 Area *Outdoor* Angkringan Mas Didot

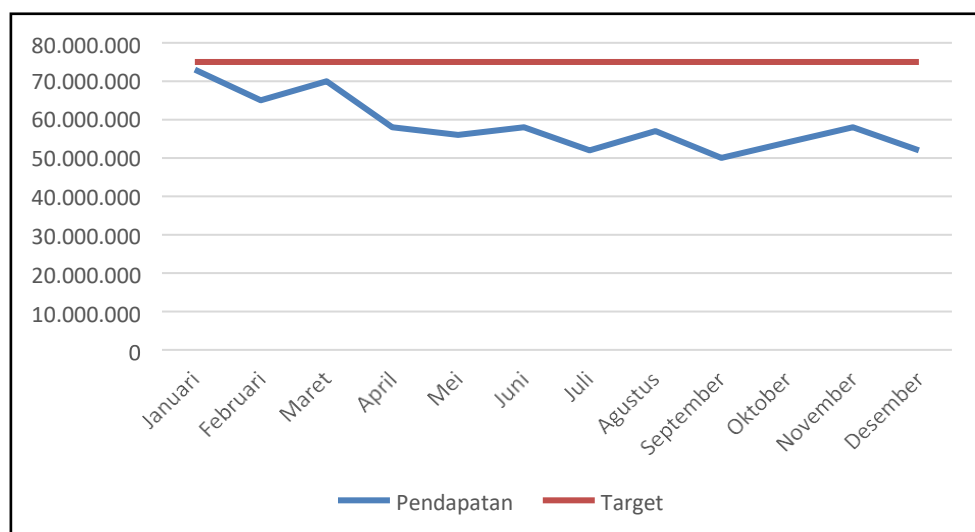
Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik Angkringan Mas Didot, angkringan ini menjadi salah satu angkringan ikonik yang banyak digemari konsumen, baik dari dalam kota maupun luar kota. Sebelum masa pandemi, mayoritas pengunjung angkringan adalah keluarga dan anak muda, namun pada masa pandemi ini sebesar 80% konsumen adalah anak muda. Target pasar dari angkringan ini adalah semua kalangan dari berbagai usia. Hingga saat ini angkringan memiliki kapasitas untuk 100-120 pengunjung. Meskipun bisnis angkringan ini tetap berjalan di masa pandemi, pemilik menyatakan bahwa dalam dua tahun terakhir target penjualan tidak mencapai target yang telah ditentukan. Data penjualan Angkringan Mas Didot pada periode 2018-2021 ditampilkan pada Gambar I.2 di bawah ini :



Gambar I. 2 Pendapatan Angkringan Mas Didot Tahun 2018 – 2021

Berdasarkan Gambar I.2 di atas dapat diketahui bahwa pemilik Angkringan Mas Didot menetapkan peningkatan target sebesar Rp 100.000.000,00 setiap tahunnya. Apabila target tercapai, target penjualan pada tahun berikutnya akan ditingkatkan sebesar Rp 100.000.000,00 namun apabila target tidak tercapai maka target tersebut akan tetap dipakai untuk tahun berikutnya. Seperti pada tahun 2020 dimana pemilik menetapkan target sebesar Rp 900.000.000,00 namun tidak dapat tercapai, sehingga target tersebut tetap digunakan pada tahun 2021. Penetapan target penjualan adalah berdasarkan kapasitas produksi, beban operasional, serta pengalaman dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2018 dan 2019, Angkringan Mas Didot berhasil memenuhi target penjualan. Pada tahun 2020, pendapatan angkringan menurun dan tidak dapat tercapai dikarenakan terjadi pergantian target pasar serta adanya pandemi Covid-19. Pada tahun 2021 terjadi peningkatan pendapatan karena dampak pandemi sudah mulai berkurang, namun angkringan masih belum mampu untuk memenuhi target penjualan yang ditetapkan.

Berdasarkan grafik dapat diketahui bahwa penurunan pendapatan terjadi pada tahun 2020. Menurut pemilik, hal ini disebabkan karena adanya perubahan pola konsumsi masyarakat usai pandemi. Sistem *takeaway* untuk bisnis makanan sangat merugikan Angkringan Mas Didot karena target pasar angkringan adalah konsumen yang datang dan makan di tempat. Data penjualan Angkringan Mas Didot pada tahun 2021 ditampilkan pada Gambar I.3 di bawah ini :



Gambar I. 3 Pendapatan Angkringan Mas Didot pada Tahun 2021

Melalui Gambar I.3 di atas dapat diketahui bahwa target pendapatan yang telah ditetapkan oleh pemilik Angkringan Mas Didot tidak dapat tercapai sepanjang tahun 2021. Pendapatan angkringan hampir mencapai target pada bulan Januari dan Maret, lalu mengalami penurunan pada bulan Juni hingga Juli karena adanya kebijakan pembatasan dari pemerintah (PPKM). Kebijakan PPKM telah dihentikan mulai bulan September hingga Desember, namun angka penjualan tetap stagnan dan tidak mengalami peningkatan karena jumlah konsumen yang pernah datang ke Angkringan Mas Didot berkurang dan minimnya jumlah konsumen baru yang datang ke Angkringan Mas Didot.

Pendapatan tertinggi Angkringan Mas Didot pada tahun 2021 dialami pada bulan Januari. Tidak tercapainya target pendapatan dinilai masih realistis karena disebabkan oleh adanya perubahan jam operasional dan kebijakan pemerintah. Sehingga pemilik tetap menetapkan target yang sama untuk tahun 2021. Pendapatan juga menurun karena berkurangnya jumlah pelanggan lama serta minimnya pelanggan baru yang datang ke angkringan. Berdasarkan uraian penjelasan yang telah disampaikan di atas, dapat diketahui bahwa Angkringan Mas Didot mengalami masalah yaitu tidak tercapainya target pendapatan yang sudah dialami selama dua tahun sehingga perlu segera ditindaklanjuti.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, pemilik berpendapat bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh Angkringan Mas Didot adalah kurangnya minat beli konsumen. Banyak konsumen yang beralih ke kompetitor. Menurut pemilik, kurangnya minat beli konsumen dapat disebabkan oleh harga produk yang cenderung lebih tinggi dibandingkan angkringan lainnya. Banyaknya pesaing baru di bidang bisnis rumah makan juga berdampak pada minat beli konsumen di Angkringan Mas Didot. Belakangan ini konsumen lama mulai berkurang dan hampir tidak ada konsumen baru yang datang mengunjungi Angkringan.

Angkringan Mas Didot memiliki fasilitas yang lebih unggul dibandingkan pesaing, seperti kamar mandi, proyektor siaran, menu yang lengkap, karyawan yang banyak, tempat makan yang luas, dan lokasi yang cukup strategis. Fasilitas-fasilitas ini membutuhkan biaya operasional tambahan, sehingga menyebabkan harga makanan di angkringan juga lebih mahal dibandingkan angkringan pada

umumnya di Kota Magelang. Harga yang lebih mahal menjadi salah satu keluhan konsumen terhadap Angkringan Mas Didot. Keluhan lain yang disampaikan konsumen berupa kualitas makanan yang kurang baik dan pelayanan dari karyawan yang tidak ramah. Pemilik belum menerapkan standar kerja yang optimal untuk karyawan sehingga kinerja karyawan belum dapat terkontrol dengan maksimal. Kinerja karyawan yang kurang baik menjadi salah satu penyebab rendahnya kualitas makanan dan pelayanan pada Angkringan Mas Didot. Konsumen juga sering menyampaikan bahwa nasi kurang matang.

Beberapa upaya telah dilakukan oleh pemilik untuk meningkatkan penjualan. Upaya-upaya tersebut antara lain adalah memperluas angkringan, memperbaiki sistem penjualan, menambah jumlah tenaga kerja, dan menambah waktu operasional. Upaya-upaya ini dilakukan pemilik dengan tujuan untuk segera meningkatkan penjualan yang cenderung menurun dari waktu ke waktu selama dua tahun terakhir. Pemilik juga berpendapat bahwa tidak tercapainya target disebabkan oleh faktor operasional seperti kurangnya tenaga kerja, singkatnya jam operasional, serta ruang makan yang sempit yang menyebabkan konsumen tidak berminat untuk mengunjungi Angkringan Mas Didot. Meskipun telah dilakukan upaya-upaya perbaikan dan peningkatan fasilitas yang lebih lengkap dibandingkan kompetitor, target penjualan tetap belum dapat tercapai dan belum ditemukan peningkatan minat beli konsumen yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa perlu diketahui apa saja faktor yang memengaruhi minat beli konsumen terhadap rumah makan.

Selain melakukan wawancara dengan pemilik, peneliti juga melakukan wawancara singkat dengan beberapa target konsumen untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Angkringan Mas Didot. Wawancara dilakukan kepada 10 orang responden acak. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa 1 orang responden tidak tahu tentang Angkringan Mas Didot dan 9 orang mengetahui Angkringan Mas Didot dari teman dan situs-situs pencarian seperti *Google*, *Grabfood*, dan *Gofood*. Berikut merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan kepada responden:

Tabel I. 1 Daftar Pertanyaan Wawancara Responden

No.	Pertanyaan
1	Apakah Anda tahu tentang Angkringan Mas Didot?
2	Apakah Anda berminat untuk mengunjungi dan membeli makanan atau minuman di Angkringan Mas Didot?
3	Mengapa Anda berminat/tidak berminat?
4	Apa saja pertimbangan Anda dalam memilih tempat makan?

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap responden, diketahui bahwa mayoritas responden sudah mengetahui mengenai Angkringan Mas Didot. Lima orang responden menyatakan berminat untuk membeli makanan dan minuman sesekali karena Angkringan Mas Didot menyajikan menu yang lengkap, memiliki lokasi yang strategis, dan memiliki tempat yang cukup luas. Lima orang responden lainnya tidak berminat untuk berkunjung karena Angkringan Mas Didot menawarkan harga makanan yang lebih mahal dibandingkan angkringan lainnya, kualitas makanan dan pelayanan yang kurang baik, serta tempat yang kotor. Menurut responden yang mengatakan bahwa mereka tidak berminat, dari segi kualitas makanan di angkringan memiliki kualitas yang tidak stabil dan cenderung biasa saja untuk harga yang relatif lebih mahal dibandingkan kompetitor. Responden juga menyatakan bahwa tempat makan serta kamar mandi di angkringan kotor, sehingga mereka tidak berminat untuk datang mengunjungi Angkringan Mas Didot. Hal ini tidak sesuai dengan keinginan pemilik karena pemilik telah mengupayakan banyak hal seperti menambah fasilitas dan tenaga kerja untuk meningkatkan performa angkringan. Berikut adalah rekapitulasi data wawancara mengenai pertimbangan konsumen dalam memilih tempat makan:

Tabel I. 2 Rekapitulasi Hasil Wawancara Responden

No.	Pernyataan Konsumen	Jumlah	Persentase
1	Kebersihan	7	70%
2	Kualitas makanan	9	90%
3	Harga	8	80%
4	Lokasi	5	50%
5	Kualitas layanan	8	80%
6	Rekomendasi orang lain	4	40%

Berdasarkan Tabel I.2 dapat diketahui bahwa kualitas makanan, kebersihan, harga, dan kualitas layanan menjadi empat faktor utama yang menjadi pertimbangan responden dalam memilih tempat makan. Faktor pertama yang

paling sering dipertimbangkan adalah kualitas makanan. Sebanyak 9 dari 10 responden mengatakan bahwa kualitas makanan menjadi faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam memilih tempat makan. Mereka mengatakan bahwa tempat makan yang memiliki makanan yang enak dan lezat memiliki daya tarik tersendiri bagi mereka.

Faktor yang kedua paling sering dipertimbangkan adalah harga, dan kualitas layanan. Sebanyak 8 dari 10 responden mengatakan bahwa harga, dan kualitas layanan menjadi faktor yang paling sering dipertimbangkan oleh mereka dalam memilih tempat makan. Jika harga dari makanan tersebut masih terjangkau, responden mengatakan bahwa mereka akan membelinya. Sedangkan untuk kualitas layanan, responden mengatakan bahwa mereka akan datang mengunjungi tempat makan apabila tempat makan tersebut memiliki kualitas layanan yang baik seperti pelayanan yang ramah, cepat, dan mampu memenuhi keinginan pembeli.

Faktor yang ketiga paling sering dipertimbangkan adalah kebersihan. Sebanyak 7 dari 10 responden mengatakan bahwa kebersihan juga menjadi salah satu faktor penting bagi mereka dalam memilih tempat makan. Kebersihan ini tidak hanya mengenai kebersihan makanan, namun juga mengenai kebersihan lokasi tempat makan. Apabila tempat tersebut terlihat bersih, responden mengatakan bahwa mereka akan lebih tertarik untuk mengunjungi tempat makan tersebut.

Beberapa responden yang belum pernah mengunjungi Angkringan Mas Didot menyatakan bahwa mereka kurang tertarik untuk berkunjung karena angkringan terkenal memiliki harga yang cukup mahal dengan kualitas yang standar. Responden cenderung lebih tertarik berkunjung ke tempat makan lain yang memiliki makanan enak dengan harga yang lebih murah serta memiliki popularitas karena lebih terjamin kualitasnya. Menurut responden, angkringan seharusnya menawarkan menu yang lebih menarik dan menyediakan layanan yang ramah untuk menarik pembeli. Angkringan juga idealnya memiliki pelayanan yang baik karena konsumen menyukai suasana hangat saat berkunjung ke angkringan. Dengan demikian dapat diketahui bahwa minat beli target pasar yang belum pernah berkunjung cukup rendah.

Menurut Ramadhan dan Ratnasari (2021), kualitas layanan, harga, porsi dan rasa makanan, serta kebersihan merupakan faktor penting yang mendorong minat beli konsumen di tempat makan. Tempat makan yang menyediakan

pelayanan yang ramah dan cepat, makanan yang bersih dan lezat dengan harga yang terjangkau akan selalu dicari konsumen. Demikian juga dengan hasil penelitian Rahman (2018) yang menyatakan bahwa cita rasa makanan, harga, dan kualitas layanan merupakan tiga faktor utama yang dipertimbangkan konsumen untuk memilih tempat makan. Berdasarkan identifikasi yang telah dipaparkan maka didapatkan bahwa permasalahan utama pada Angkringan Mas Didot adalah kurangnya minat beli konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik mengenai keterkaitan dengan berkurangnya pelanggan lama dan sedikitnya pelanggan baru yang datang mengunjungi Angkringan Mas Didot. Minat beli menjadi permasalahan yang cukup luas dengan mencakup faktor-faktor pembentuk seperti kualitas produk, kebersihan, kualitas layanan, dan harga. Dengan demikian, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat beli pada rumah makan?
2. Bagaimana minat beli konsumen terhadap Angkringan Mas Didot?
3. Bagaimana persepsi konsumen terhadap Angkringan Mas Didot berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi minat beli?
4. Apa saja usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk Angkringan Mas Didot?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pembatasan masalah pada penelitian ini bertujuan untuk menentukan fokus permasalahan yang akan diteliti. Berikut adalah batasan-batasan permasalahan pada penelitian ini:

1. Penelitian hanya dilakukan hingga tahap pemberian usulan untuk permasalahan yang dihadapi Angkringan Mas Didot
2. Penelitian hanya dilakukan terhadap responden yang berdomisili di Magelang dan sekitarnya.

Asumsi penelitian bertujuan untuk menghindari penyimpangan permasalahan pada penelitian. Berikut adalah asumsi pada penelitian ini:

1. Tidak ada perubahan sistem pada Angkringan Mas Didot sepanjang jalannya penelitian.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, dan asumsi penelitian, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat beli rumah makan.
2. Mengetahui minat beli konsumen terhadap Angkringan Mas Didot.
3. Mengetahui persepsi konsumen terhadap Angkringan Mas Didot berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi minat beli.
4. Memberikan usulan perbaikan dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen pada Angkringan Mas Didot.

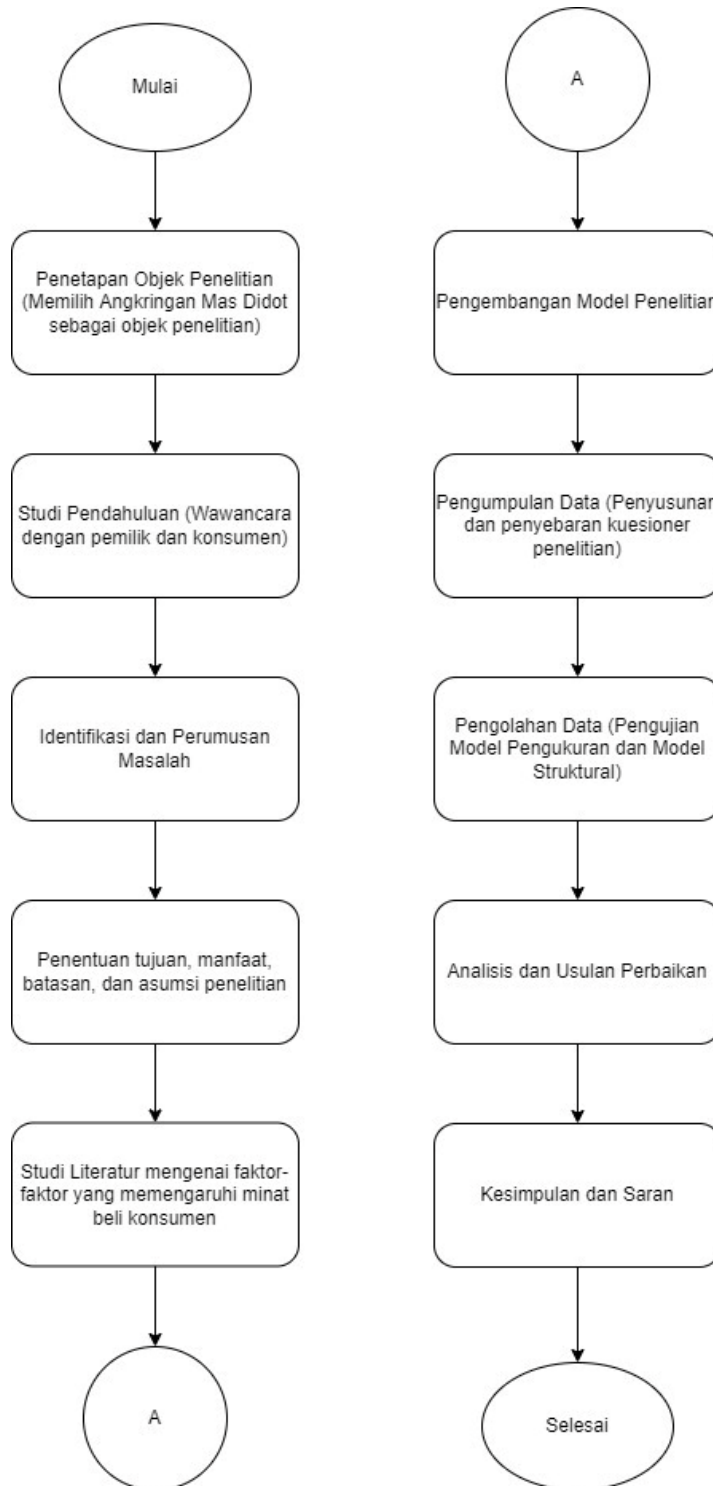
I.5 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat yang diharapkan bisa didapatkan bagi pemilik, peneliti, dan pembaca dari penelitian yang dilakukan:

1. Pemilik usaha dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat beli konsumen serta mengetahui dan menerapkan usulan perbaikan yang diberikan
2. Peneliti dapat mendapatkan ilmu dan wawasan dari penelitian yang dilakukan dan selama perkuliahan.
3. Pembaca dapat mendapatkan referensi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan serangkaian metode dan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam menjalankan proses penelitian hingga tercapai hasil dan tujuan yang diinginkan. Berikut merupakan metodologi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini:



Gambar I.4 Metodologi Penelitian

1. Penetapan Objek Penelitian

Penetapan objek penelitian dilakukan dengan mengamati tempat penelitian yaitu Angkringan Mas Didot Magelang. Peneliti mempelajari

permasalahan apa saja yang dimiliki Angkringan Mas Didot kemudian ditentukan topik penelitian yang sesuai dengan permasalahan yang hendak diatasi.

2. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan dengan mewawancarai pemilik dan konsumen Angkringan Mas Didot, serta mencari ulasan yang disampaikan konsumen pada situs maupun aplikasi daring sehingga ditemukan informasi yang lebih lengkap berkaitan dengan permasalahan pada objek penelitian.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Identifikasi dan perumusan masalah dilakukan dengan merangkum, mendeskripsikan, dan menjelaskan permasalahan apa saja yang dimiliki Angkringan Mas Didot, yang mana akan dijadikan dasar dalam menyusun rumusan masalah penelitian.

4. Penentuan Tujuan, Manfaat, Batasan, dan Asumsi Penelitian

Tujuan dan manfaat penelitian ditentukan dari hasil identifikasi dan perumusan masalah, sedangkan batasan dan asumsi penelitian ditentukan untuk menjaga fokus penelitian.

5. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan proses pengumpulan informasi serta pemahaman mengenai teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi objek penelitian. Informasi dan pemahaman tersebut didapatkan dari proses pencarian literatur atau berbagai sumber lainnya.

6. Pengembangan Model penelitian

Pengembangan model penelitian dilakukan dengan proses penentuan variabel penelitian yang memiliki keterkaitan dengan minat beli konsumen serta model penelitian yang sesuai untuk digunakan

7. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner kepada responden penelitian. Kuesioner ini disusun dengan mempertimbangkan variabel pengukuran yang akan digunakan pada penelitian. Kuesioner ini akan disebar dalam bentuk tautan *google form* kepada responden yang merupakan target pasar Angkringan Mas Didot yaitu masyarakat yang berdomisili di Magelang dan sekitarnya. Penyebaran kuesioner dilakukan

secara daring pada bulan Juli 2022.

8. Pengolahan Data

Pengolahan data diawali dengan pengujian pada data yang telah dikumpulkan. Pengujian diawali dengan pengujian model pengukuran dan diakhiri dengan pengujian model struktural. Pengujian model pengukuran dilakukan dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian menggunakan bantuan *software* SmartPLS 3. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan sudah valid untuk dipakai. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi dari data yang telah dikumpulkan. Pengujian model struktural dilakukan dengan melakukan pengujian terhadap model penelitian yang telah ditentukan menggunakan *software* SmartPLS3. Pengujian model struktural bertujuan untuk melihat hasil hipotesis serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat beli konsumen.

9. Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada tahap ini, akan dilakukan analisis terhadap hasil dari pengolahan data. Dimulai dari analisis terhadap data yang telah dikumpulkan, diolah, dan diuji menggunakan SmartPLS3 dan *importance-performance map analysis* (IPMA), sehingga didapatkan hasil usulan perbaikan yang dapat menjawab permasalahan Angkringan Mas Didot.

10. Kesimpulan dan Saran

Terakhir, akan dibuat kesimpulan dan saran yang berguna untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini, serta saran yang diharapkan dapat membantu objek penelitian, dan pembaca.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dirangkum tahapan-tahapan penulisan skripsi sebagai pedoman dalam memahami penelitian yang dijalankan. Skripsi ini terbagi menjadi lima bab, pertama adalah pendahuluan, kemudian tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan, serta kesimpulan dan saran.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I memiliki isi mengenai pendahuluan yang berisi tujuh subbab, yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan

asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan dalam skripsi ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II memiliki isi tinjauan pustaka yang berisikan teori dan literatur yang digunakan sebagai dasar, dan acuan pendukung pada penelitian. Isi dari Bab II meliputi teori perilaku konsumen, minat beli, teori masing-masing variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, skala pengukuran, *structural equation modeling*, serta beberapa model penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi pada penelitian ini.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab III memiliki isi mengenai hipotesis penelitian, definisi operasional variabel, pengumpulan dan pengolahan data, serta pengujian data menggunakan *software* SmartPLS 3 dengan metode PLS-SEM.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Bab IV memiliki isi uraian analisis dari hasil pengolahan data yang berujung pada pengujian hipotesis dari penelitian. Selain hal itu, Bab IV juga memuat usulan perbaikan yang diberikan untuk Angkringan Mas Didot.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V memiliki isi mengenai bagian penutup yang memuat kesimpulan hasil penelitian serta saran untuk Angkringan Mas Didot, pembaca, dan penelitian selanjutnya.