

**USULAN PERBAIKAN DI SARI BUNDO
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI
NIAT BELI KONSUMEN DI RUMAH MAKAN
PRASMANAN**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Amanda Kusuma

NPM : 6131801043



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

***PROPOSED IMPROVEMENTS IN SARI BUNDO
BASED ON FACTORS AFFECTING CONSUMER
PURCHASE INTENTION IN BUFFET RESTAURANTS***

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Amanda Kusuma

NPM : 6131801043



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Amanda Kusuma
NPM : 6131801043
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN DI SARI BUNDO BERDASARKAN
FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN DI
RUMAH MAKAN PRASMANAN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2022

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

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

Pembimbing Tunggal

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



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 : Amanda Kusuma

NPM 6131801043

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“USULAN PERBAIKAN DI SARI BUNDO BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN DI RUMAH MAKAN PRASMANAN”

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

Amanda Kusuma
6131801043

ABSTRAK

RM. Sari Bundo cabang Kiaracandong merupakan salah satu rumah makan Padang yang penyajian masakannya dilakukan secara prasmanan. Namun, sejak awal beroperasi mulai dari tahun 2020, rumah makan ini kesulitan bahkan hampir tidak pernah mencapai target omset yang telah ditentukan. Pemilik RM. Sari Bundo menduga bahwa penyebab tidak tercapainya target omset penjualan tersebut dikarenakan niat beli konsumen yang sangat rendah. Berbagai upaya telah dilakukan pemilik agar dapat mencapai target omset penjualan yang telah ditentukan, contohnya melakukan pemasaran melalui Instagram dan melakukan penjualan secara daring. Namun, upaya tersebut masih belum dapat membantu RM. Sari Bundo cabang Kiaracandong untuk mencapai target omset penjualan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap niat beli konsumen. Penelitian ini diawali dengan mengembangkan model niat beli yang didapatkan berdasarkan hasil wawancara dengan target pelanggan dan studi literatur yang digunakan. Terdapat delapan buah variabel yang digunakan pada model penelitian ini yaitu kualitas produk, layanan yang dirasakan, harga, *online customer review and rating*, lingkungan tempat, promosi penjualan, lokasi, dan niat beli. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Terdapat sebanyak 183 responden akhir yang datanya diuji menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Model* (PLS-SEM). Pengujian model penelitian ini menghasilkan bahwa variabel kualitas produk, layanan yang dirasakan, harga, lingkungan tempat, dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Penentuan usulan perbaikan dilakukan dengan bantuan *Importance-Performance Map Analysis* (IPMA) sehingga diperoleh bahwa usulan perbaikan yang diprioritaskan dilakukan terhadap variabel promosi penjualan, layanan yang dirasakan, dan lingkungan tempat. Terdapat 21 usulan perbaikan yang diberikan dan diterima oleh RM. Sari Bundo cabang Kiaracandong.

ABSTRACT

RM. Sari Bundo Kiaracandong is one of the Padang restaurants where the food is served in a buffet. However, since the beginning of its operation that starting from 2020, this restaurant has had difficulty even almost never achieving the predetermined monthly sales turnover target. Owner of RM. Sari Bundo assumes that the reason for not achieving the sales turnover target is due to the very low purchase intention of consumers. Various efforts have been made by the owner in order to achieve the predetermined sales turnover target, for example doing marketing through Instagram and selling the food by online. However, these efforts are still not able to help RM. Sari Bundo Kiaracandong to achieve the predetermined sales turnover target. Therefore, further research is needed to determine what factors influence consumers' purchase intentions. This study begins with developing a purchase intention model that is obtained based on the results of interviews with the target customers and the study of literature. There are eight variables used in this research model, namely product quality, perceived service, price, online customer review and rating, place environment, sales promotion, location, and purchase intention. Data collection is done by distributing a questionnaires. There were 183 final respondents whose data were tested using the Partial Least Squares-Structural Equation Model (PLS-SEM) method. Research model testing results that the variables of product quality, perceived service, price, place environment, and sales promotion have a significant effect on consumers' purchase intentions. The determination of the proposed improvement is carried out with Importance-Performance Map Analysis (IPMA) and it is obtained that the priority improvement proposals are made for the variables of sales promotion, perceived service, and place environment. There are 21 proposals for the improvement given and accepted by RM. Sari Bundo, Kiaracandong.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas bimbingan dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Usulan Perbaikan di Sari Bundo Berdasarkan Faktor yang Memengaruhi Niat Beli Konsumen di Rumah Makan Prasmanan” secara tepat waktu. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat agar mencapai gelar Sarjana dalam program studi Teknik Industri.

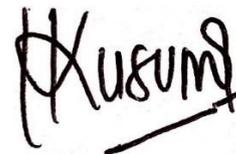
Penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan masukan pada saat proses penelitian dan penyusunan skripsi, yaitu:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dengan sabar, memberikan masukan, dan memberikan ilmu serta tenaga di tengah kesibukannya selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
2. Ibu Yani Herawati, S.T., M.T. dan Ibu Cherish Rikardo, S.Si., M.T. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberikan masukan kepada penulis sehingga skripsi dapat disusun dengan lebih baik lagi.
3. Ibu Catharina Badra Nawangpalupi, S.T., M.Eng.Sc., MTD., Ph.D. dan Ibu Yani Herawati, S.T., M.T. selaku dosen penguji sidang proposal yang telah memberikan masukan kepada penulis terkait penyusunan skripsi.
4. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku koordinator skripsi yang telah memberikan informasi terkait penelitian dan penyusunan skripsi.
5. Pemilik RM. Sari Bundo yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan selalu mendukung penyusunan skripsi ini.
6. Orang tua penulis yang selalu mendampingi, memberikan motivasi, dan mendoakan penulis agar dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan baik dan tepat waktu.
7. Prof. Indra Uno dan dr. Natalia Triana Uno selaku kakak penulis yang telah memberikan motivasi dan mendoakan agar penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.

8. Simon Putra Theofilus yang senantiasa membantu dan memberikan dorongan agar penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Gabrielle Lysandra, Andrian Hans, Krista Mayang Limiadji, dan Richardo Hans sebagai rekan-rekan perjuangan skripsi dengan topik serupa yang senantiasa meluangkan waktu untuk bertukar pikiran dan saling memotivasi sehingga proses penyusunan skripsi dapat berlangsung dengan lancar.
10. Monica Nathania, Bernadin Nathania, Indrawaty Natalia, Jessica Mayagita, Lianching Nasali, Cathrine Budiman, Felicia Natalie, Yohanes Patrick, Ruth Theodora, Gregorius Rio, Reyhan Gustiandi, Okky Saputra, dan sahabat-sahabat selama kuliah lainnya yang telah mendukung dan menyemangati penulis selama masa kuliah hingga penyelesaian skripsi.
11. Shania Devona yang telah membantu penelitian dan penyusunan skripsi serta selalu memotivasi penulis.
12. Ira Dayalestari, Nunu Nugraha, Linda A., Vinesya Mahganiza, Ben Hidayat, Bella, Nabila Febrina, dan Heppy sebagai atasan kerja yang sangat suportif dan mendukung penyelesaian skripsi ini.
13. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
14. Teman-teman lainnya yang selalu mendukung dan memberikan arahan terkait penelitian dan penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi pihak RM. Sari Bundo cabang Kiaracondong dan juga pembaca. Dalam penelitian ini, tentunya masih terdapat beberapa kekurangan, baik dalam penggunaan kata maupun masalah yang diteliti. Maka dari itu, penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran yang dapat membangun penulis untuk masa yang akan datang.

Bandung, 8 Agustus 2022



Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-6
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-14
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-15
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-15
I.6 Metodologi Penelitian	I-16
I.7 Sistematika Penulisan	I-19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Niat Beli.....	II-1
II.2 Model Niat Beli Meilani dan Simanjutak (2012).....	II-2
II.3 Model Niat Beli Mulyani (2020)	II-3
II.4 Model Niat Beli Jamilah et al. (2021)	II-4
II.5 Model Niat Beli Sugiarto dan Subagio (2014)	II-5
II.6 Skala	II-6
II.7 Metode <i>Sampling</i>	II-9
II.8 <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	II-11

II.8.1	PLS-SEM.....	II-11
II.8.2	Jumlah Sampel Minimum.....	II-13
II.8.3	Evaluasi Model Pengukuran	II-13
II.8.4	Evaluasi Model Struktural	II-15
II.9	<i>Importance-Performance Map Analysis (IPMA)</i>	II-16
BAB III	PENGUMPULAN DATA DAN PENGUJIAN MODEL PENELITIAN.....	III-1
III.1	Model Penelitian	III-1
III.2	Operasionalisasi Variabel	III-6
III.3	Pengumpulan Data	III-10
III.3.1	Penyusunan Kuesioner Penelitian	III-10
III.3.2	<i>Pre-Test</i> Kuesioner.....	III-11
III.3.3	Penyebaran Kuesioner dan Pengumpulan Data	III-12
III.3.4	Penyeleksian Data Kuesioner.....	III-13
III.4	Profil Responden	III-13
III.5	Pengujian Model Penelitian	III-17
III.5.1	Pengujian Model Pengukuran.....	III-17
III.5.2	Pengujian Model Struktural.....	III-26
III.6	Rata-rata Penilaian Konsumen Rumah Makan Sari Bundo Kiaracandong.....	III-29
III.7	Penentuan Prioritas Perbaikan	III-30
BAB IV	ANALISIS	IV-1
IV.1	Analisis Profil Responden	IV-1
IV.2	Analisis Model Penelitian	IV-2
IV.3	Analisis Penentu Niat Beli	IV-5
IV.4	Analisis Penentuan Prioritas Perbaikan	IV-6
IV.5	Usulan Perbaikan	IV-6
IV.5.1	Usulan Perbaikan Promosi Penjualan.....	IV-6

IV.5.2	Usulan Perbaikan Layanan yang Dirasakan	IV-17
IV.5.3	Usulan Perbaikan Lingkungan Tempat	IV-19
IV.6	Rekapitulasi Kategori Usulan Perbaikan	IV-24
IV.7	Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-25
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-1
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Alasan Responden Tertarik atau Tidak Tertarik	I-10
Tabel I.2 Pertimbangan Konsumen datang ke Rumah Makan	I-11
Tabel III.1 Definisi Operasional dan Butir Pengukuran	III-6
Tabel III.2 Hasil <i>Pre-Test</i> Kuesioner	III-11
Tabel III.4 Hasil Uji <i>Internal Consistency Reliability Path Model Awal</i>	III-19
Tabel III.5 Hasil Nilai <i>Outer Loading Path Model Awal</i>	III-20
Tabel III.6 Perbandingan Nilai <i>Composite Reliability</i>	III-21
Tabel III.7 Perbandingan Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	III-22
Tabel III.8 Hasil Uji <i>Internal Consistency Reliability Path Model Modifikasi</i>	III-23
Tabel III.9 Hasil Nilai <i>Outer Loading Path Model Modifikasi</i>	III-23
Tabel III.10 Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted Path Model Modifikasi</i>	III-24
Tabel III.11 Hasil <i>Discriminant Validity (HTMT) Path Model Modifikasi</i>	III-25
Tabel III.12 Hasil Uji <i>Collinearity Assessment (Inner VIF)</i>	III-26
Tabel III.13 Hasil <i>Structural Model Path Coefficient</i>	III-27
Tabel III.14 Nilai <i>R-square</i>	III-27
Tabel III.15 Nilai Rata-rata Variabel dan Indikator Keseluruhan	III-29
Tabel III.16 Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance Variabel</i>	III-31
Tabel IV.1 Rekapitulasi Usulan Perbaikan Promosi Penjualan.....	IV-7
Tabel IV.2 Rekapitulasi Usulan Perbaikan Layanan yang Dirasakan	IV-17
Tabel IV.3 Rekapitulasi Usulan Perbaikan Lingkungan Tempat	IV-20
Tabel IV.4 Rekapitulasi Kategori Usulan Perbaikan	IV-24
Tabel IV.5 Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-26

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Tampak Dalam dan Tampak Luar RM. Sari Bundo Kiaracondong ..I-3	I-3
Gambar I.2 Tata Cara Peletakan Masakan RM. Sari Bundo KiaracondongI-4	I-4
Gambar I.3 Omset Penjualan RM. Sari Bundo Kiaracondong Per Bulan 2021 ...I-5	I-5
Gambar I.4 Profil Instagram RM. Sari Bundo KiaracondongI-7	I-7
Gambar I.5 Tampilan RM. Sari Bundo Kiaracondong pada Aplikasi GoFood.....I-8	I-8
Gambar I.6 Tingkat Niat Beli di RM. Sari Bundo Kiaracondong.....I-10	I-10
Gambar I.7 Metodologi Penelitian.....I-19	I-19
Gambar II.1 Model Penelitian Meilani dan Simanjutak (2012).....II-3	II-3
Gambar II.2 Model Penelitian Mulyani (2020)II-4	II-4
Gambar II.3 Model Penelitian Jamilah et al. (2021).....II-5	II-5
Gambar II.4 Model Penelitian Sugiarto dan Subagio (2014)II-6	II-6
Gambar II.5 Contoh Model Jalur PLS-SEM.....II-12	II-12
Gambar II.6 Kuadran IPMA.....II-16	II-16
Gambar III.1 Model Penelitian.....III-5	III-5
Gambar III.2 Jenis Kelamin Responden.....III-14	III-14
Gambar III.3 Usia Responden.....III-14	III-14
Gambar III.4 Pekerjaan Responden.....III-15	III-15
Gambar III.5 Jumlah Uang yang Dikeluarkan untuk Makanan Prasmanan Per BulanIII-16	III-16
Gambar III.6 RM. Prasmanan yang Terakhir Dikunjungi atau akan Dikunjungi.....III-16	III-16
Gambar III.7 <i>Path Model</i> AwalIII-18	III-18
Gambar III.8 <i>Path Model</i> ModifikasiIII-22	III-22
Gambar III.9 Hasil Pengujian Model PenelitianIII-28	III-28
Gambar III.10 Matriks IPMA.....III-32	III-32

Gambar IV.1 Contoh Desain <i>E-voucher</i>	IV-9
Gambar IV.2 Konten Instagram RM. Sari Bundo Kiaracandong.....	IV-11
Gambar IV.3 Contoh Konten Diskon Menu	IV-12
Gambar IV.4 Contoh Konten Foto Produk.....	IV-13
Gambar IV.5 Contoh Konten Layanan Pesan Antar	IV-14
Gambar IV.6 Contoh Konten <i>Giveaway</i>	IV-15
Gambar IV.7 Contoh <i>Promotion Board</i>	IV-16
Gambar IV.8 Tempat dan Fasilitas RM. Sari Bundo Kiaracandong.....	IV-19
Gambar IV.9 Kondisi Meja Prasmanan RM. Sari Bundo Kiaracandong	IV-21
Gambar IV.10 Referensi Usulan <i>Interior</i>	IV-23

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	A-1
--------------------------------------	-----

BAB I

PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan mengenai pendahuluan penelitian yang dilakukan. Penjelasan pendahuluan ini terdiri dari latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan. Penulisan pendahuluan ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian yang telah dilakukan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok atau kebutuhan primer bagi manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Untuk dapat memenuhi kebutuhan akan makanan, manusia dapat mencoba untuk mengolah bahan pangan maupun membeli hasil jadi makanan secara langsung. Oleh karena itu, menjual makanan adalah salah satu peluang bisnis yang baik untuk menunjang pemenuhan kebutuhan manusia dimana tingkat konsumsi manusia terhadap makanan pun selalu meningkat seiring berjalannya waktu. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2018 jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman berskala menengah dan besar mencapai 11.001 usaha. Hal ini menunjukkan tingginya jumlah industri makanan dan minuman di Indonesia yang kemudian selalu mengalami pertumbuhan.

Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia pada siaran pers 7 Agustus 2021, industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan salah satu industri yang menyumbang kontribusi terbesar dalam sektor industri pengolahan nonmigas pada triwulan II tahun 2021 hingga mencapai 38.42% dan berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 6.66%. Selain itu, industri makanan dan minuman pun tercatat mengalami pertumbuhan positif sebesar 2.95% pada triwulan II tahun 2021. Hal ini menunjukkan tingginya tingkat persaingan antar sektor industri makanan dan minuman yang terdiri dari rumah makan, restoran, usaha catering, dan sebagainya. Seluruh sektor industri makanan dan minuman pun menjadi semakin berlomba-lomba untuk menciptakan

inovasi dan terobosan baru dalam menjual produk makanan dan minuman yang ditawarkannya.

Salah satu kota dengan jumlah industri makanan dan minuman terbanyak di Indonesia di antaranya adalah Kota Bandung. Berdasarkan Open Data Jabar 2021, rumah makan dan restoran di Kabupaten dan Kota Bandung berjumlah 1.499 pada tahun 2020. Jumlah tersebut pun belum termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), usaha katering, kafe, dan sebagainya di Kota dan Kabupaten Bandung. Berbagai jenis kuliner yang ditawarkan oleh pelaku usaha di Kota Bandung sangat beragam dan memiliki cita rasa yang khas, sehingga para wisatawan menjuluki Kota Bandung sebagai destinasi kuliner favorit di Indonesia.

Semakin banyaknya jumlah industri makanan dan minuman di Kota Bandung membuat para pemilik usaha kuliner menjadi semakin bersaing untuk mempertahankan usahanya. Berbagai upaya dilakukan oleh para pemilik usaha kuliner di Kota Bandung guna mempertahankan pelanggan dan usahanya serta berupaya untuk unggul dibandingkan para kompetitor lainnya. Contoh upaya yang dilakukan dalam persaingan usaha kuliner ini adalah menciptakan inovasi makanan dan minuman yang baru, menyediakan promo atau diskon, melakukan promosi secara langsung maupun secara daring, dan sebagainya.

Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong, Bandung merupakan salah satu rumah makan yang ikut bersaing dalam persaingan bisnis kuliner di Kota Bandung dan berdiri pada tanggal 1 Agustus 2020. Selain berlokasi di Kiaracondong, Rumah Makan Sari Bundo pun memiliki beberapa cabang lain di Kota Bandung yaitu di Jalan Antapani dan Jalan Merak. Rumah Makan Sari Bundo merupakan rumah makan yang menyediakan berbagai menu makanan khas Padang dan makanan-makanan tersebut disajikan secara prasmanan.

Beberapa menu andalan di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong, Bandung di antaranya adalah rendang, ayam pop, ayam bakar, sop buntut, ayam gulai, dan kikil. Rentang harga masakan yang ditawarkan oleh Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong, Bandung ini mulai dari Rp. 3.000,- hingga Rp. 35.000,-. Harga termurah ditawarkan untuk menu masakan berupa gorengan, misalnya perkedel kentang dan perkedel jagung. Kemudian harga termahal ditawarkan untuk menu masakan berupa sop buntut. Selain menyediakan menu masakan berupa makanan, Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong pun menyediakan menu minuman berupa jus buah dan es teh

manis. Penjualan menu masakan dan minuman ini dilakukan secara langsung di rumah makan maupun secara *online* melalui GoFood dan GrabFood. Gambar I.1 menunjukkan tampak dalam dari Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong Bandung.



Gambar I.1 Tampak Dalam dan Tampak Luar RM. Sari Bundo Kiaracondong

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa ruangan Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong cukup luas dan dapat menampung kurang lebih 30 pelanggan. Terdapat jarak antar meja dan kursi yang cukup untuk mobilisasi pelanggan keluar dan masuk di ruangan maupun tempat duduk. Sebelum memilih tempat duduk, para pelanggan diharuskan untuk memilih menu makanan yang akan dibeli secara prasmanan. Gambar I.2 menunjukkan tampilan tata cara

peletakan menu masakan di Rumah Makan Sari Bundo Kiaracandong secara prasmanan.

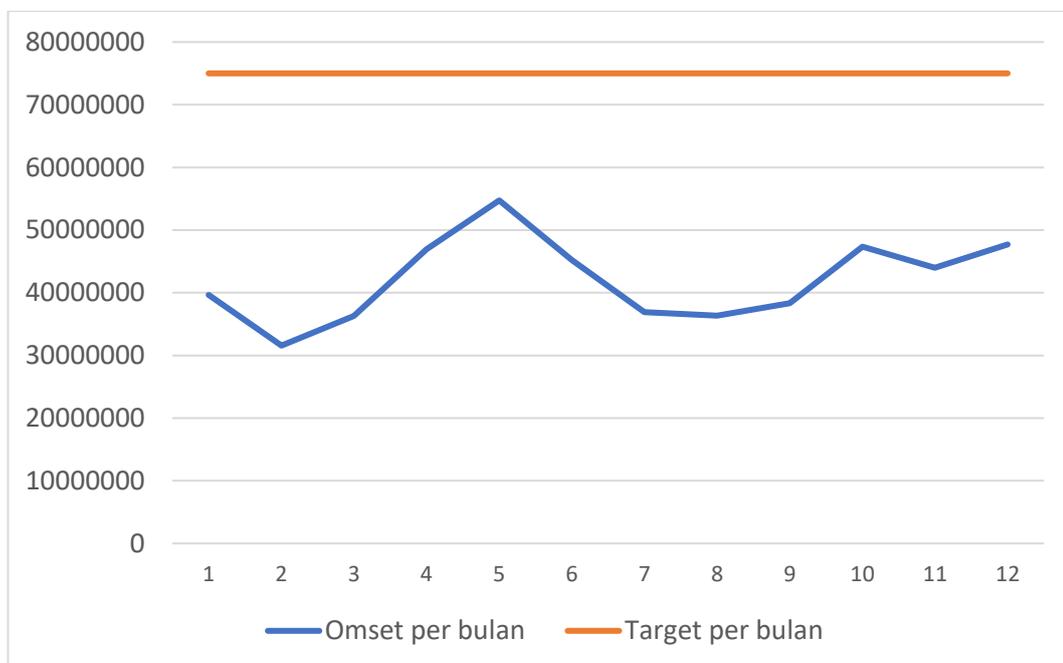


Gambar 1.2 Tata Cara Peletakan Masakan RM. Sari Bundo Kiaracandong

Sejak awal beroperasi, Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong mengalami kesulitan dalam mencapai target omset yang ditetapkan. Target omset pertama yang ditetapkan oleh pemilik rumah makan tersebut ialah Rp. 150.000.000,- per bulan, namun rumah makan tersebut tidak pernah mencapai target omset yang telah ditetapkan. Target omset pertama Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong ini menyesuaikan dengan target omset untuk cabang Rumah Makan Sari Bundo lainnya yang berada di Kawasan Kota. Oleh karena itu, pemilik Rumah Makan Sari Bundo kemudian menyesuaikan dan menurunkan target omset yang ditetapkan mulai dari tahun 2021 untuk cabang Kiaracandong, yaitu sebesar Rp. 75.000.000,- per bulan.

Menurut pemilik rumah makan tersebut, penentuan target omset tersebut dilakukan untuk dapat memenuhi segala kebutuhan pembelian biaya bahan baku, perawatan dan pembelian alat masak, pemberian upah kepada pekerja, dan bayar

sewa tempat. Pertimbangan target omset yang baru pun dianggap sudah realistis oleh pemilik dan dilakukan agar rumah makan tersebut dapat melakukan penjualan secara konsisten dan mencapai keuntungan yang cukup. Namun, penentuan target omset per bulan yang baru pun belum dapat dicapai oleh Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Dari seluruh cabang Rumah Makan Sari Bundo, hanya Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong belum pernah mencapai target omset yang telah ditentukan dan selalu mencapai omset terendah setiap bulan dibandingkan cabang lainnya. Gambar I.3 menunjukkan grafik omset penjualan Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong pada bulan Januari hingga Desember 2021.



Gambar I.3 Omset Penjualan RM. Sari Bundo Kiaracandong Per Bulan 2021

Berdasarkan grafik omset penjualan yang dapat dilihat pada Gambar I.3 di atas, dapat diketahui bahwa setiap bulan omset penjualan Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong tidak pernah mencapai target bahkan masih jauh dari target omset yang telah ditentukan. Menurut pemilik rumah makan tersebut, penentuan omset telah dilakukan secara realistis dan tidak terlalu tinggi. Hal ini dikarenakan oleh tingginya biaya sewa tempat, harga bahan baku yang sewaktu-waktu fluktuatif, dan pemberian upah terhadap pekerja. Oleh karena omset penjualan per bulan rumah makan tersebut masih jauh dalam mencapai target

omset yang telah ditetapkan, pemilik rumah makan tersebut seringkali menyediakan modal tambahan untuk pemberian upah tenaga kerja maupun untuk pembelian bahan baku.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat dilihat bahwa Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong membutuhkan perbaikan untuk dapat mencapai target omset yang telah ditetapkan. Hal ini perlu dilakukan agar rumah makan tersebut dapat tetap bersaing dengan kompetitor lain dan bertahan dalam bisnis kuliner di Bandung.

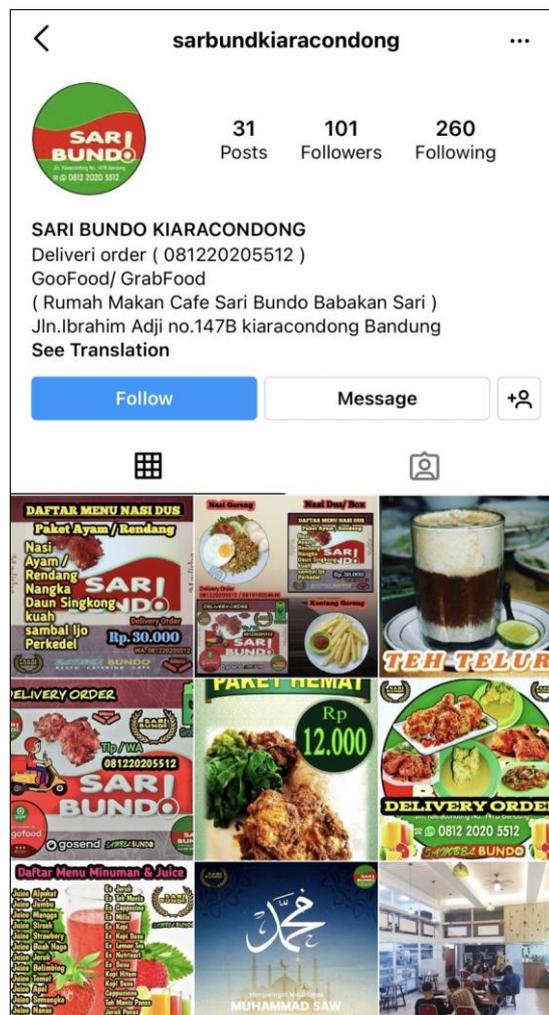
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Untuk mengetahui akar permasalahan dan penyebab yang dialami oleh Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong, dilakukan wawancara dengan pemilik dan observasi di rumah makan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, pemilik mengatakan bahwa beberapa penyebab tidak tercapainya target omset penjualan pada rumah makan tersebut adalah karena lokasi rumah makan yang kurang strategis, adanya kompetitor yang lebih sohor atau unggul, dan belum dilakukannya promosi atau pemasaran secara maksimal. Pemilik pun mengatakan bahwa niat beli konsumen ke Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong masih rendah.

Menurut pemilik, lokasi atau tempat rumah makan tersebut cukup sulit untuk dapat diketahui oleh para pelanggan. Hal ini dikarenakan oleh akses jalan ke rumah makan tersebut merupakan jalur cepat dan dekat dengan *fly over* sehingga pelanggan akan merasa kagok ketika hendak masuk dan parkir di rumah makan tersebut. Selain itu, di daerah rumah makan tersebut beroperasi, terdapat beberapa kompetitor yang menawarkan menu masakan yang sama yaitu makanan khas Prasmanan namun rumah makan tersebut lebih sohor. Hal ini menyebabkan target pasar rumah makan tersebut menjadi lebih tertarik untuk membeli menu masakan Prasmanan pada kompetitor yang berjualan di lokasi yang masih berdekatan. Kemudian, kurangnya promosi atau pemasaran di rumah makan tersebut menyebabkan rumah makan tersebut kurang dikenal oleh target pasar.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemilik guna meningkatkan jumlah pelanggan yang datang ke Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Upaya yang telah dilakukan oleh pemilik rumah makan tersebut di antaranya adalah membuat akun Instagram yang digunakan sebagai media pemasaran.

Akun Instagram ini dibuat untuk membagikan foto produk masakan maupun minuman, suasana tempat, dan menu beserta harga masakan di rumah makan tersebut kepada target pasar. Harapan dibuatnya akun Instagram ini adalah agar Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong tersebut dapat lebih dikenal dan menarik niat beli pelanggan secara signifikan. Gambar I.4 menunjukkan akun Instagram dari Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong.

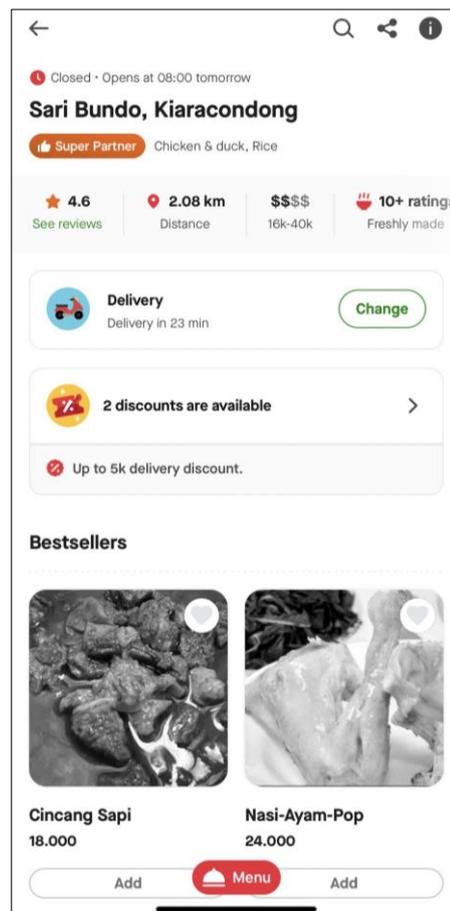


Gambar I.4 Profil Instagram RM. Sari Bundo Kiaracondong

Pada Gambar I.4 di atas, dapat dilihat bahwa total unggahan foto di akun Instagram rumah makan tersebut berjumlah 31 foto dan foto pertama diunggah pada tanggal 3 Agustus 2020. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik maupun pekerja kurang memaksimalkan pemasaran pada akun Instagram. Menurut pemilik Rumah Makan Sari Bundo, pemasaran yang dilakukan di akun Instagram tersebut kurang

berhasil dan masih belum dapat menjangkau seluruh target pasar yang berusia 16 hingga 50 tahun.

Pemilik belum mengetahui secara pasti strategi pemasaran yang tepat dalam mengelola akun Instagram yang dapat menarik niat beli pelanggan. Selain melakukan pemasaran dengan cara membuat akun Instagram, pemilik Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong pun melakukan upaya lain agar dapat mencapai target omset penjualan per bulan yang telah ditetapkan. Upaya lain yang dilakukan oleh rumah makan ini ialah bekerja sama dengan *E-commerce* dalam melakukan penjualan secara daring. Contoh *platform e-commerce* yang bekerja sama dengan Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong adalah GoFood dan GrabFood. Tampilan penjualan Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong pada GoFood dapat dilihat pada Gambar I.5 di bawah ini.



Gambar I.5 Tampilan RM. Sari Bundo Kiaracondong pada Aplikasi GoFood

Upaya penjualan daring melalui berbagai *e-commerce* dilakukan agar target pasar maupun pelanggan Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong dapat melakukan pembelian berbagai menu masakan yang ditawarkan tanpa harus datang ke rumah makan tersebut. Selain itu, dengan melakukan penjualan secara daring melalui *e-commerce*, pelanggan pun dapat menggunakan berbagai potongan harga saat melakukan pembelian. Namun, upaya penjualan secara daring ini masih belum dapat mencapai target omset penjualan yang telah ditetapkan oleh pemilik rumah makan tersebut.

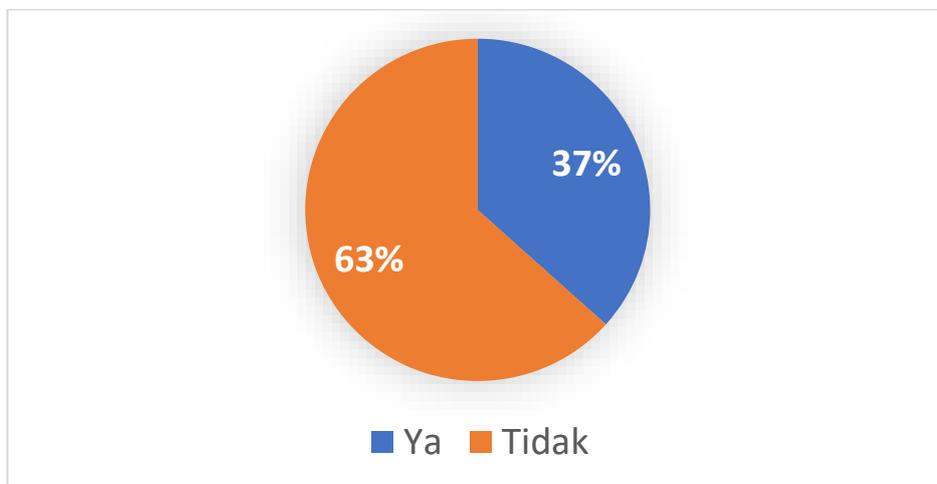
Upaya lainnya yang dilakukan pemilik adalah menambah pekerja untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong namun upaya tersebut masih belum dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan mencapai target omset rumah makan yang ditetapkan. Upaya tersebut seringkali membuat pemilik menjadi rugi dan harus menambah modal biaya untuk upah pekerja atau pembelian bahan baku.

Untuk mengetahui tingkat ketertarikan atau niat beli konsumen di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong, maka dilakukan wawancara terhadap 30 responden. Responden tersebut dipilih secara acak dan merupakan target pasar Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Seluruh responden berjenis kelamin wanita maupun pria dengan rentang usia 16–50 tahun. Pekerjaan responden sangatlah beragam, mulai dari mahasiswa, pengusaha, karyawan, dan ibu rumah tangga.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa sebanyak 18 dari 30 responden mengetahui Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. 9 dari 18 responden di antaranya mengatakan bahwa mereka mengetahui Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong dari rekomendasi teman yang pernah mencoba masakan di rumah makan tersebut. Kemudian, 8 responden lainnya mengatakan bahwa mereka mengetahui rumah makan tersebut melalui aplikasi *e-commerce* (GoFood, GrabFood) dan 1 dari 18 responden lainnya mengatakan bahwa mereka melihat *banner* rumah makan tersebut di jalan. Dari 18 responden yang telah mengetahui Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong, 7 responden di antaranya pernah mencoba masakan dari rumah makan tersebut.

Selanjutnya diajukan pertanyaan kepada 30 responden untuk mengetahui ketertarikan atau niat beli konsumen di Rumah Makan Sari Bundo cabang

Kiaracondong. Pada saat mengajukan pertanyaan mengenai niat beli konsumen di rumah makan tersebut, disajikan pula gambar tempat atau suasana, tata cara peletakan masakan, dan menu yang ditawarkan kepada responden yang belum pernah datang ke rumah makan tersebut. Hal ini dilakukan agar dapat mempermudah responden untuk menilai ketertarikan atau niat beli mereka di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong. Gambar I.6 menunjukkan grafik *pie chart* tingkat niat beli konsumen di rumah makan tersebut.



Gambar I.6 Tingkat Niat Beli di RM. Sari Bundo Kiaracondong

Berdasarkan Gambar I.6 di atas, dapat diketahui bahwa sebanyak 11 dari 30 responden (37%) tertarik atau memiliki niat beli terhadap masakan di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong. Namun, 19 dari 30 responden (63%) mengatakan bahwa mereka tidak tertarik atau berniat untuk datang atau mencoba makanan di rumah makan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak memiliki niat beli di rumah makan tersebut. Terdapat beberapa alasan yang membuat responden memiliki atau tidak memiliki niat beli ke Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong. Tabel I.1 di bawah menunjukkan faktor yang memengaruhi responden memiliki niat beli atau tidak memiliki niat beli di rumah makan tersebut.

Tabel I.1 Alasan Responden Tertarik atau Tidak Tertarik

No.	Alasan	Frekuensi
1	Rasa makanan terlihat enak	11
2	Harga	9
3	Tata cara peletakan masakan kurang higienis	8
4	Jarang mengadakan promosi atau diskon	7

(lanjut)

Tabel I.1 Alasan Responden Tertarik atau Tidak Tertarik (Lanjutan)

No.	Alasan	Frekuensi
5	Lokasi kurang strategis	2
6	Ulasan daring yang buruk	1
7	Lingkungan tempat	1

Pada Tabel I.1 di atas, dapat diketahui bahwa alasan seluruh responden (11 responden) yang memiliki niat beli ke Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong adalah karena rasa makanan yang terlihat enak. Selain itu, terdapat alasan mengapa mayoritas responden tidak memiliki niat beli di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Beberapa alasan yang membuat para responden tidak memiliki niat beli ke rumah makan tersebut adalah karena harga, tata cara peletakan masakan yang kurang higienis, jarang mengadakan promosi atau diskon, lokasi kurang strategis, terdapatnya ulasan daring yang buruk, dan lingkungan tempat yang kurang nyaman. Alasan pertama responden tidak tertarik untuk datang dan mencoba makanan di rumah makan tersebut adalah adanya kompetitor lain yang lebih sohor dengan penawaran harga yang lebih murah sedikit. Responden pun mengatakan bahwa menu harga di rumah makan tersebut kurang ditampilkan sehingga mereka ragu dan takut harga makanan di rumah makan tersebut mahal. Hal ini membuat para responden cenderung untuk selalu memilih rumah makan bertemakan prasmanan lainnya dibandingkan Rumah Makan Sari Bundo.

Untuk mengetahui bagaimana cara yang tepat guna mencapai target omset penjualan yang telah ditentukan oleh Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong, maka diajukan pertanyaan terhadap seluruh 30 responden terkait pertimbangan konsumen datang ke rumah makan prasmanan secara garis besar. Tabel I.2 merupakan hasil rekapitulasi dari wawancara yang telah dilakukan terkait pertimbangan konsumen untuk datang ke suatu rumah makan prasmanan.

Tabel I.2 Pertimbangan Konsumen datang ke Rumah Makan

No.	Pertimbangan	Frekuensi
1	Rasa Makanan	29
2	Harga	27
3	Pelayanan	21
4	Lingkungan dan Suasana Tempat	20
5	Kebersihan	8
6	Promosi	8
7	Ulasan Daring	7
8	Lokasi	5

Dapat dilihat pada Tabel 1.2 di atas, dari hasil wawancara dengan 30 responden menunjukkan bahwa terdapat 8 pertimbangan konsumen untuk datang ke suatu rumah makan prasmanan. Pertimbangan responden dalam pembelian ke suatu rumah makan prasmanan terdiri dari rasa makanan, harga, pelayanan, lingkungan atau suasana tempat, kebersihan, promosi, ulasan daring, dan lokasi. Sebanyak 29 dari 30 responden mengatakan bahwa pertimbangan utama mereka untuk datang ke suatu rumah makan prasmanan adalah rasa dari makanan tersebut. Rasa makanan terkait dengan kekonsistenan dan kelezatan makanan yang ditawarkan. Setiap rasa makanan tergantung perspektif dari setiap orang.

Hal kedua yang menjadi pertimbangan responden dalam pembelian ke suatu rumah makan prasmanan adalah harga. Sebanyak 27 dari 30 responden mengatakan bahwa harga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan saat membeli suatu makanan. Harga yang terjangkau dan sebanding dengan rasa makanan yang ditawarkan akan semakin menarik niat beli responden terhadap makanan.

Setelah rasa dan harga makanan, selanjutnya hal ketiga yang menjadi pertimbangan responden untuk membeli makanan di rumah makan prasmanan adalah pelayanan. Menurut 21 dari 30 responden, pelayanan merupakan pertimbangan penting yang dapat memengaruhi mereka untuk datang ke suatu rumah makan. Pelayanan yang dimaksud terkait dengan empati karyawan terhadap pelanggan, kecepatan respon karyawan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, dan fasilitas yang disediakan rumah makan tersebut. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh rumah makan tersebut, maka niat beli pelanggan pun menjadi semakin tinggi.

Pertimbangan berikutnya yang memengaruhi responden untuk datang ke suatu rumah makan adalah lingkungan tempat, kebersihan, promosi, ulasan daring, dan lokasi. Lingkungan atau suasana tempat berkaitan dengan keadaan atau kenyamanan suatu tempat makan yang bersangkutan, kebersihan terkait dengan fasilitas atau produk yang higienis, dan promosi berkaitan dengan diskon atau pemasaran suatu produk makanan yang dijual. Menurut beberapa responden, ulasan daring atau *review* orang lain terhadap suatu produk makanan pun akan memengaruhi pengambilan keputusan responden saat hendak membeli makanan di rumah makan tersebut. Lokasi atau jarak tempat makan dari responden merupakan pertimbangan yang dalam pembelian ke suatu rumah

makan pula, namun responden tetap menyatakan bahwa pertimbangan pertama yang dilakukan dalam pembelian ke suatu rumah makan adalah rasa makanan tersebut.

Setelah dilakukan wawancara mengenai hal apa saja yang dipertimbangkan konsumen untuk datang ke suatu rumah makan prasmanan, selanjutnya dilakukan wawancara lebih lanjut pun dilakukan kepada 7 responden yang telah mencoba datang ke Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Mayoritas dari 7 responden tersebut mengatakan bahwa rasa makanan di rumah makan tersebut cukup enak, namun harga makanan yang ditawarkan sedikit lebih mahal dibandingkan kompetitor lainnya. Beberapa responden pun mengatakan bahwa lokasi Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong kurang strategis dan suasana tempat kurang menyenangkan. Dari 7 responden yang pernah datang ke Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong, terdapat 1 pelanggan yang mengeluh bahwa pelayanan di rumah makan tersebut kurang responsif dan kurang ramah.

Tidak tercapainya target omset penjualan per bulan di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong disebabkan oleh rendahnya niat beli konsumen. Dapat dilihat pada Gambar 1.6 bahwa tingkat niat beli di RM. Sari Bundo cabang Kiaracandong hanyalah sebesar 37%. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemilik rumah makan tersebut untuk dapat mencapai target omset per bulan yang telah ditentukan, namun upaya-upaya yang telah dilakukan tersebut belum maksimal dan mencapai target. Pemilik masih kebingungan terkait dengan faktor apa saja yang dapat meningkatkan niat beli konsumen ke Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong.

Meilani dan Simanjutak (2012) melakukan penelitian untuk mengetahui faktor yang memengaruhi minat beli produk makanan dan minuman di Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang. Terdapat beberapa variabel yang diamati dalam penelitian ini, yaitu kualitas produk, layanan yang dirasakan, dan harga. Kualitas produk berkaitan dengan keunggulan dari sebuah produk yang ditawarkan, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Layanan yang dirasakan merupakan suatu manfaat diberikan oleh pihak pemberi jasa kepada konsumen. Kemudian, harga adalah sejumlah nilai yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau layanan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh

terhadap minat beli makanan dan minuman di Usaha Kecil Mengengah Kabupaten Tangerang. Namun, variabel layanan yang dirasakan didapati tidak berpengaruh terhadap minat beli.

Mulyani (2020) meneliti pengaruh lingkungan toko, promosi penjualan, dan lokasi terhadap minat beli konsumen di UD. Sumber Rejeki. Variabel lingkungan toko membahas mengenai suasana, kebersihan, dan tata letak di sebuah tempat atau toko. Kemudian, promosi penjualan berkaitan dengan penawaran harga, diskon, dan promosi yang telah ditetapkan oleh sebuah usaha. Selain itu, terdapat variabel lokasi yang menilai kemudahan akses, parkir, dan efisiensi lalu lintas di sekitar tempat. Dari penelitian ini, dihasilkan bahwa variabel lingkungan toko, promosi penjualan, dan lokasi seluruhnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Jamilah et al. (2021) meneliti pengaruh harga dan *online customer review and rating* terhadap minat beli *online* di Tokopedia saat Pandemi Covid-19. Review dan rating merupakan suatu fitur untuk menilai dan mendeskripsikan sebuah produk di aplikasi *marketplace*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan ini, dihasilkan bahwa variabel harga dan *online customer review and rating* berpengaruh terhadap minat beli konsumen secara *online* di Tokopedia saat Covid-19.

Berdasarkan identifikasi masalah dan studi literatur yang telah dilakukan tersebut, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang memengaruhi niat beli konsumen di rumah makan prasmanan?
2. Apakah usulan yang dapat diberikan untuk meningkatkan niat beli konsumen di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa batasan masalah yang digunakan. Batasan masalah ini berguna untuk membatasi ruang lingkup masalah sehingga penelitian yang dilakukan dapat berfokus dalam penyelesaian masalah. Berikut merupakan batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Penelitian hanya dilakukan terhadap responden yang berdomisili di daerah Bandung.

2. Penelitian hanya dilakukan hingga tahap usulan dan saran.

Selain batasan masalah, terdapat pula asumsi yang digunakan dalam penelitian ini. Asumsi penelitian bertujuan untuk menyederhanakan penelitian yang dilakukan. Asumsi penelitian yang digunakan yaitu tidak terjadinya perubahan sistem di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong saat penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai. Tujuan penelitian ini didasarkan pada identifikasi masalah dan rumusan masalah yang telah dibuat. Berikut ini merupakan tujuan penelitian pada Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong:

1. Mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi niat beli konsumen di rumah makan prasmanan.
2. Memberikan usulan perbaikan yang tepat untuk meningkatkan niat beli konsumen di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Berikut merupakan manfaat dari penelitian yang dilakukan:

1. Bagi perusahaan

Manfaat penelitian bagi Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong adalah pemilik dapat mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi niat beli konsumen terhadap rumah makan tersebut. Pemilik pun dapat mempertimbangkan dan melakukan langkah perbaikan berdasarkan usulan perbaikan yang telah didapatkan dari hasil penelitian.

2. Bagi peneliti

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti mampu mengaplikasikan ilmu Teknik Industri yang telah diperoleh selama kegiatan perkuliahan ke dalam pemmasalahan yang ditemukan di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Penelitian yang dilakukan pun dapat meningkatkan pengetahuan peneliti terkait dengan ilmu yang digunakan dalam penelitian ini.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan menjadi referensi bagi pembaca untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi niat beli konsumen di suatu rumah makan prasmanan.

I.6 Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan selama penelitian berlangsung. Metode penelitian ini digunakan agar penelitian dapat berjalan secara sistematis, terstruktur, dan mampu mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berikut ini merupakan penjelasan dari keseluruhan tahapan yang dilakukan selama penelitian berlangsung:

1. Penentuan Objek dan Topik Penelitian

Tahapan pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menentukan objek dan topik yang akan diteliti. Objek yang ditentukan adalah Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Setelah dilakukan penentuan objek penelitian, selanjutnya ditetapkan topik yang akan diteliti. Topik penelitian ini didasarkan pada masalah utama apa yang terjadi pada objek penelitian yang telah ditentukan,

2. Studi Pendahuluan

Tahapan berikutnya yang dilakukan adalah studi pendahuluan terkait dengan masalah yang terjadi pada objek penelitian. Studi pendahuluan ini dilakukan dengan wawancara dan observasi ke Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Wawancara pertama dilakukan dengan pemilik rumah makan tersebut terkait masalah utama yang dialami. Kemudian wawancara selanjutnya dilakukan terhadap target pasar Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong untuk mengetahui akar masalah atau penyebab masalah yang dialami rumah makan tersebut.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Tahapan ketiga yang dilakukan ialah identifikasi dan perumusan masalah. Identifikasi masalah digunakan untuk mengetahui dan menggali permasalahan utama yang terjadi di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong dengan cara pengumpulan data awal. Data awal yang dikumpulkan terkait masalah yang terjadi ialah data penjualan per bulan Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Selain itu, perumusan masalah dilakukan berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan dan mencakup tujuan penelitian.

4. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Tahapan keempat yang dilakukan ialah penentuan batasan masalah dan asumsi penelitian. Penentuan batasan masalah dilakukan untuk membatasi ruang lingkup penelitian yang dilakukan sehingga penelitian dapat lebih terfokus pada penyelesaian masalah. Asumsi penelitian digunakan untuk menyederhanakan dan membentuk skenario penelitian yang dilakukan.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tahapan kelima yang dilakukan ialah penentuan tujuan dan manfaat penelitian. Tujuan penelitian dibuat untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Manfaat penelitian merupakan apa keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan, peneliti, dan pembaca dari penelitian yang telah dilakukan.

6. Studi Literatur

Tahapan berikutnya yang dilakukan pada penelitian ini ialah penulisan studi literatur. Pada tahapan ini, dikumpulkan beberapa teori berdasarkan buku, jurnal, maupun penelitian ilmiah lain sebelumnya yang pernah dilakukan. Studi literatur ini digunakan untuk mendukung proses pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan.

7. Pengembangan Model Penelitian

Model penelitian didasarkan pada beberapa jurnal atau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu, model penelitian ini pun digunakan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan target pasar Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Model penelitian tersebut kemudian dilakukan pengembangan apabila terdapat atribut lain yang sesuai dengan model yang digunakan.

8. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyusunan kuesioner dan penyebaran kuesioner. Penyusunan kuesioner dilakukan berdasarkan atribut dan variabel yang ditentukan pada model penelitian. Kuesioner tersebut digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian yang dilakukan. Setelah dilakukan penyusunan kuesioner, selanjutnya dilakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner disebarakan kepada seluruh target pasar Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong yang berdomisili di daerah Bandung.

9. Pengujian Model Pengukuran

Tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah pengujian model pengukuran. Pengujian model pengukuran ini dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Data yang dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas tersebut diperoleh berdasarkan hasil kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan sudah valid atau tidak. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil kuesioner yang didapatkan sudah konsisten.

10. Pengujian Model Struktural

Pengujian model struktural digunakan untuk mengetahui faktor atau variabel apa saja yang memengaruhi niat beli konsumen di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Pengujian model struktural ini dilakukan pada model penelitian yang telah dikembangkan dengan menggunakan metode analisis multivariat.

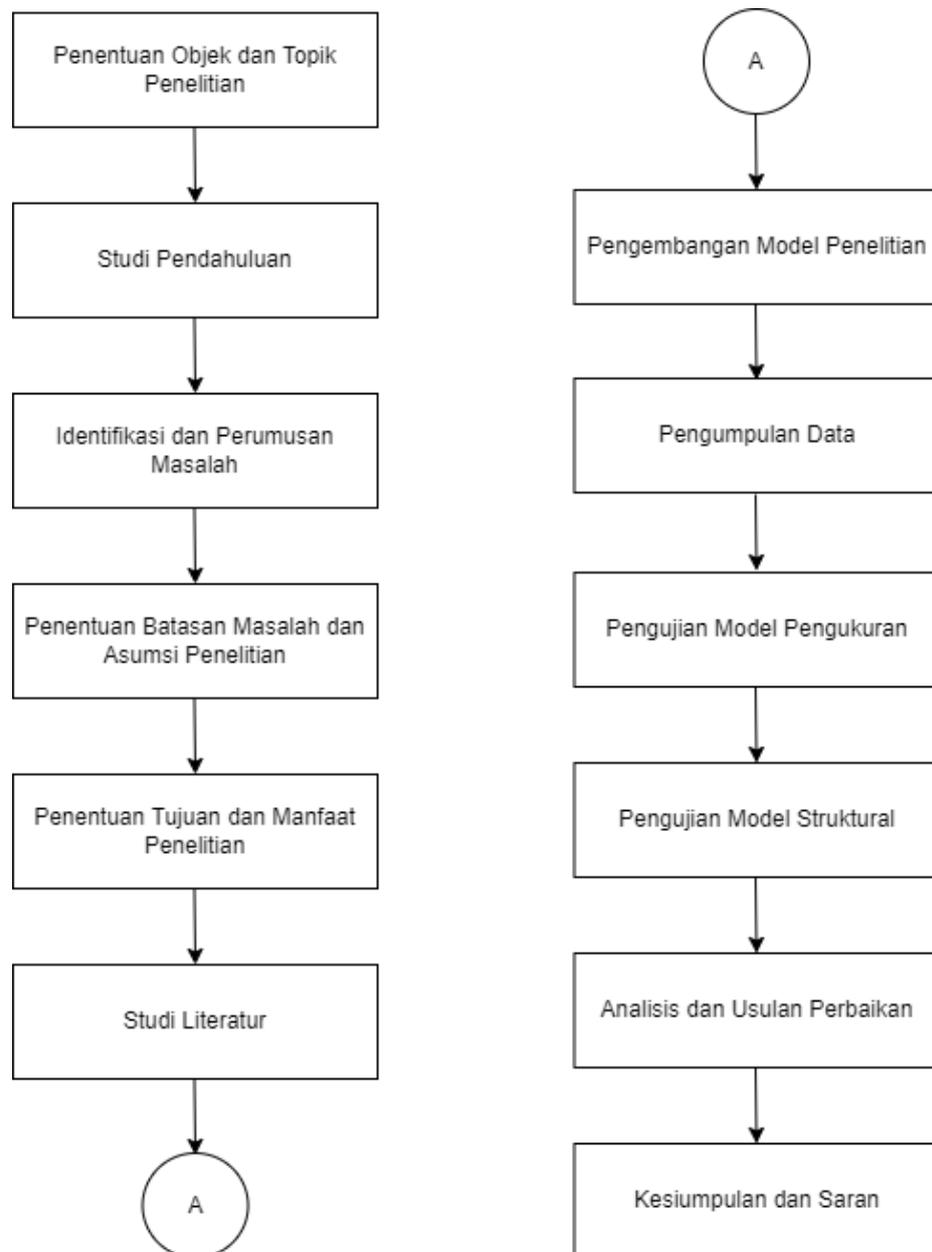
11. Analisis dan Usulan Perbaikan

Tahapan berikutnya ialah analisis dan usulan perbaikan. Analisis dilakukan terhadap seluruh hasil penelitian yang dilakukan mencakup faktor apa saja yang berpengaruh terhadap niat beli konsumen di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong. Hasil analisis tersebut selanjutnya digunakan sebagai acuan pembuatan usulan perbaikan. Usulan perbaikan ini berikutnya akan diberikan kepada pihak Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong untuk pengimplementasian perbaikan di rumah makan tersebut.

12. Kesimpulan dan Saran

Pada tahapan terakhir, dibuatlah kesimpulan dan saran. Kesimpulan dibuat untuk menjawab identifikasi dan perumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya. Selain itu, saran ditujukan kepada pemilik Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong dan peneliti sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan penjelasan metodologi penelitian di atas, berikut ini dapat dilihat gambaran *Flowchart* dari metodologi penelitian tersebut.



Gambar I.7 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan suatu bagian yang dijadikan sebagai panduan atau acuan yang dapat memudahkan peneliti ketika menulis atau memahami penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan pada penelitian ini terbagi ke dalam lima bab, yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan data dan pengujian model, analisis dan usulan perbaikan, serta kesimpulan dan

saran. Berikut ini merupakan penjelasan singkat terkait sistematika penulisan pada penelitian yang dilakukan:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisikan pendahuluan terkait penelitian yang telah dilakukan. Pendahuluan ini mencakup seluruh informasi awal yang dibutuhkan pembaca dalam memahami permasalahan yang diteliti. Pendahuluan terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah dan rumusan masalah, batasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, dijelaskan seluruh informasi dan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Beberapa teori yang dibahas pada bab ini yaitu niat beli, metode *sampling*, skala pengukuran, *PLS-SEM*, dan *IPMA*. Seluruh teori yang dipaparkan pada tinjauan pustaka didapatkan berdasarkan buku, jurnal, dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

BAB III PENGUMPULAN DATA DAN PENGUJIAN MODEL

Pada bab III, dilakukan pembuatan model penelitian yang dilakukan. Model penelitian yang digunakan tersebut didasarkan pada studi literatur dan wawancara yang telah dilakukan. Pada bab ini pun dilakukan perancangan dan penyusunan kuesioner, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, serta pengolahan data. Data-data yang dikumpulkan kemudian diolah untuk dapat mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi niat beli konsumen di Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracondong dengan menggunakan *PLS-SEM*. Selain itu, dilakukan pula penentuan prioritas usulan perbaikan yang diperlukan.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Bab IV mencakup analisis dan usulan perbaikan. Analisis dilakukan terhadap seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan profil responden, pengujian penelitian, dan penentuan prioritas perbaikan. Selain itu, dilakukan pula perancangan usulan perbaikan untuk Rumah Makan Sari Bundo

cabang Kiaracandong berdasarkan penentuan prioritas perbaikan yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisikan pemaparan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dibuat. Saran diberikan untuk pemilik Rumah Makan Sari Bundo cabang Kiaracandong dan penelitian selanjutnya yang serupa.

