

**USULAN PERBAIKAN DI GANBATEA
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI
NIAT BELI ULANG KONSUMEN GERAJ MINUMAN**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Jeremy Leonardo Ridwan

NPM : 6131801093



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

**PROPOSED IMPROVEMENTS FOR GANBATEA
BASED ON FACTORS AFFECTING CONSUMER
REPURCHASE INTENTION ON BEVERAGE STORE**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Jeremy Leonardo Ridwan

NPM : 6131801093



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Jeremy Leonardo Ridwan
NPM : 6131801093
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN DI GANBATEA BERDASARKAN
FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI ULANG
KONSUMEN GERAJ MINUMAN

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 : Jeremy Leonardo Ridwan

NPM : 6131801093

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**USULAN PERBAIKAN DI GANBATEA BERDASARKAN FAKTOR YANG
MEMENGARUHI NIAT BELI ULANG KONSUMEN GERAJ MINUMAN**

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, 3 Agustus 2022

Jeremy Leonardo Ridwan
NPM: 6131801093

ABSTRAK

Pangsa pasar minuman kekinian di Asia Pasifik diprediksi akan mengalami kenaikan sehingga memiliki peluang yang menjanjikan. Peluang ini mengakibatkan pertumbuhan gerai minuman di Bandung meningkat yang menyebabkan meningkatnya persaingan gerai minuman di Bandung. Persaingan ini dirasakan oleh Ganbatea Paskal yang mengalami penurunan penjualan. Ganbatea Paskal merupakan salah satu gerai minuman yang menjual minuman kekinian di Bandung. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, didapatkan permasalahan diakibatkan oleh rendahnya niat beli ulang Ganbatea Paskal yang terlihat dari data pada salah satu media pemesanan *online*. Dengan demikian, penelitian dilakukan untuk mencari tahu faktor-faktor yang memengaruhi niat beli ulang sehingga dapat diberikan usulan perbaikan. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, dilakukan pengambilan data terhadap 114 responden kepada responden yang pernah membeli di gerai minuman di Bandung. Teknik sampling yang digunakan yaitu *convenience sampling*. Setelah terkumpul, data diolah menggunakan metode PLS-SEM dengan aplikasi SmartPLS 3. Berdasarkan pengolahan, didapatkan bahwa kepuasan pelanggan, kualitas minuman, kualitas pelayanan, suasana, persepsi harga, dan promosi harga memengaruhi niat beli ulang. Setelah itu dilakukan penentuan prioritas perbaikan dengan menggunakan *Importance Performance Map Analysis* (IPMA), sehingga didapatkan persepsi harga, kualitas layanan, dan promosi harga sebagai prioritas. Kemudian akan dirancang usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli ulang.

ABSTRACT

Modern drink's market share predicted to increase, providing promising opportunity to people. This opportunity affecting beverage store positive growth in Bandung, causing high competition rate between beverage stores in Bandung. This competition felt by Ganbatea Paskal who experience sales drop. Ganbatea Paskal is one of modern beverage stores in Bandung. Based on interview with the owner, this problem is caused by low repurchase intention based on one of online sales media. So, this research is meant to discover factors that affecting consumer repurchase intention so that proposed improvements could be given. To identify those factors, data retrieval is done to 114 respondents from respondent who has bought on beverage store in Bandung. The sampling technique used is convenience sampling method. After the data have been gathered, data are processed with SmartPLS 3. Based on data processing, customer satisfaction, beverage quality, service quality, store atmosphere, perceived price, and price promotion are affecting consumer repurchase intention. After data have been processed, improvement priority is determined by Importance Performance Map Analysis (IPMA), the results are perceived price, service quality, and price promotion are priorities. So that improvements are going to be proposed to increase customer repurchase intention.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul “Usulan Perbaikan di Ganbatea Berdasarkan Faktor Yang Memengaruhi Niat Beli Ulang Konsumen Gerai Minuman” sehingga skripsi dapat diselesaikan tepat waktu. Penulisan skripsi ditujukan untuk mencapai gelar sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan.

Selama proses penyusunan skripsi, penulis mendapat beberapa dukungan, bimbingan, dan masukan dari beberapa pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah meluangkan waktu, bimbingan, saran dan dukungan selama proses penyusunan skripsi sampai skripsi ini terselesaikan.
2. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal dan skripsi yang sudah memberi masukan kepada penulis.
3. Pemilik Ganbatea Paskal yang sudah mengizinkan penulis melakukan penelitian dan bertukar pemikiran selama proses penelitian.
4. Orang tua, kakak, kakak ipar, dan keponakan penulis yang sudah menyemangati dan memberi dukungan selama proses penyusunan skripsi.
5. Christine Tamara Hanoso, S.Ds. yang sudah menemani, menyemangati, memberi dukungan, dan mendengarkan keluh kesah penulis selama menyusun skripsi.
6. Gerardus Aditya, Andrian Luckyta dan Aaron Adityo yang sudah bertukar pemikiran selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
7. Teman-teman kelas C Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan angkatan 2018 yang sudah berdinamika bersama selama masa perkuliahan.

8. Teman-teman Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan angkatan 2018 yang sudah berdinamika bersama selama masa perkuliahan.
9. Seluruh pihak lain yang terlibat selama proses penyusunan skripsi dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi pihak Ganbatea Paskal dalam meningkatkan niat beli ulang konsumennya. Penulis juga berharap penelitian ini dapat berguna bagi pembaca yang sedang mencari referensi untuk penelitian sejenis. Akhir kata, penulis memohon maaf jika terdapat kekurangan dan kesalahan kata yang terjadi dalam penyusunan skripsi ini.

Bandung, 2 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-5
I.3 Batasan dan Asumsi.....	I-12
I.4 Tujuan Penelitian	I-12
I.5 Manfaat Penelitian	I-12
I.6 Metodologi Penelitian	I-13
I.7 Sistematika Penulisan	I-16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Perilaku Konsumen.....	II-1
II.2 Niat Beli Ulang	II-2
II.3. Model Niat Beli Ulang dan Kepuasan Pelanggan	II-3
II.3.1 Penelitian Zhang dan Prasongsukarn (2017)	II-3
II.3.2 Penelitian Emes dan Sari (2019)	II-4
II.3.3 Penelitian Yulinanta dan Subiyantoro (2020)	II-5
II.3.4 Penelitian Santi dan Putra (2021)	II-6
II.4 Skala Pengukuran.....	II-8
II.5 Teknik Sampling	II-9
II.5.1 <i>Probability Sampling</i>	II-9
II.5.2 <i>Non-probability Sampling</i>	II-10
II.6 <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	II-11
II.7 PLS-SEM	II-12

II.8	Tahapan PLS-SEM	II-14
II.9	<i>Importance Performance Matrix Analysis (IPMA)</i>	II-21
BAB III	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1	Model Penelitian	III-1
III.2	Operasionalisasi Variabel	III-3
III.3	Pengumpulan Data.....	III-8
III.3.1	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	III-8
III.3.2	Uji Pendahuluan Kuesioner	III-9
III.3.3	Penyebaran Kuesioner	III-10
III.3.4	Seleksi Data Kuesioner.....	III-11
III.4	Profil Responden.....	III-11
III.5	Pengujian Model Penelitian.....	III-12
III.5.2	Pengujian Model Pengukuran.....	III-15
III.5.3	Pengujian Model Struktural.....	III-20
III.6	Penentuan Prioritas Usulan Perbaikan.....	III-22
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 Penentu Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang	IV-4
IV.4	Analisis Penentuan Prioritas Usulan Perbaikan	IV-5
IV.5	Usulan Perbaikan	IV-6
IV.5.1	Usulan Perbaikan Variabel Persepsi Harga (PH)	IV-7
IV.5.2	Usulan Perbaikan Variabel Promosi Harga (HP)	IV-9
IV.5.3	Usulan Perbaikan Variabel Kualitas Pelayanan (KL)	IV-15
IV.6	Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-16
IV.7	Tindak Lanjut Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-17
IV.8	Evaluasi Akhir Usulan Perbaikan.....	IV-18
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran	V-2

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Alasan Responden Tidak Membeli Lagi di Ganbatea Paskal.....	I-9
Tabel I.2 Alasan Responden Membeli Lagi di Ganbatea Paskal.....	I-10
Tabel I.3 Faktor-faktor yang Dipertimbangkan oleh Konsumen Dalam Membeli Ulang di Gerai Minuman	I-10
Tabel II.1 Penilaian Skala Likert	II-9
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	III-4
Tabel III.2 Rekapitulasi Uji Pendahuluan Kuesioner	III-9
Tabel III.3 Rekapitulasi Hasil Profil Responden	III-11
Tabel III.4 Rekapitulasi Hasil Uji Normal	III-13
Tabel III.5 Nilai <i>Composite Reliability</i>	III-15
Tabel III.6 Nilai <i>Outer Loading</i> Awal	III-16
Tabel III.7 Nilai AVE Awal	III-17
Tabel III.8 Nilai AVE Berdasarkan Iterasi	III-17
Tabel III.9 Nilai <i>Outer Loading</i> Setelah Eliminasi Indikator.....	III-18
Tabel III.10 Rekapitulasi Nilai AVE Keseluruhan Sebelum dan Sesudah..... Eliminasi	III-19
Tabel III.11 Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	III-19
Tabel III.12 Nilai VIF.....	III-20
Tabel III.13 Hasil <i>Path Coefficient</i> dan <i>T-value</i>	III-21
Tabel III.14 <i>Coefficient of Determination</i> (R^2).....	III-21
Tabel III.15 Analisis <i>Total Effect</i>	III-22
Tabel III.16 Rata-rata Deskriptif Variabel	III-22
Tabel IV.1 Rancangan Usulan Perbaikan Variabel PH.....	IV-7
Tabel IV.2 Rancangan Usulan Perbaikan Variabel HP	IV-9
Tabel IV.3 Rancangan Usulan Perbaikan Variabel KL	IV-15
Tabel IV.4 Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-16
Tabel IV.5 Evaluasi Akhir Usulan Perbaikan.....	IV-19

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Prediksi Pangsa Pasar Minuman Kekinian Tahun 2016 – 2027..... (Dalam Juta Dollar US).....	I-1
Gambar I.2 Jumlah UMKM Minuman di Kota Bandung.....	I-2
Gambar I.3 Tampak Dalam Gerai Ganbatea Paskal.....	I-3
Gambar I.4 Tampak Depan Gerai Ganbatea Paskal.....	I-4
Gambar I.5 Penjualan Bulanan Ganbatea Paskal April 2021 sampai..... Februari 2022	I-5
Gambar I.6 Contoh <i>Review</i> pada PergiKuliner.....	I-7
Gambar I.7 Review dari Pelayanan Ganbatea Paskal di <i>GrabFood</i>	I-8
Gambar I.8 Keinginan Responden untuk Membeli Lagi	I-9
Gambar I.9 Metodologi Penelitian.....	I-15
Gambar II.1 Model Penelitian Zhang dan Prasongsukarn	II-4
Gambar II.2 Model Penelitian Emes dan Sari.....	II-5
Gambar II.3 Model Penelitian Yulinanta dan Subiyantoro.....	II-6
Gambar II.4 Model Penelitian Santi dan Putra	II-7
Gambar II.5 <i>Path Model</i> SEM	II-13
Gambar II.6 Tahapan PLS-SEM	II-15
Gambar II.7 Indikator Reflektif dan Formatif	II-16
Gambar II.8 Tahapan Evaluasi Model Pengukuran.....	II-17
Gambar II.9 Alur Evaluasi <i>Outer Loading</i>	II-19
Gambar II.10 Tahapan Evaluasi Model Struktural.....	II-20
Gambar II.11 <i>Importance Performance Matrix Analysis</i>	II-22
Gambar III.1 Model Penelitian.....	III-3
Gambar III.2 Model Penelitian SmartPLS 3	III-14
Gambar III.3 Matriks <i>Importance-Performance Map Analysis</i> (IPMA)	III-23
Gambar IV.1 Alur Perancangan Usulan Perbaikan	IV-6
Gambar IV.2 Upaya Ganbatea untuk Persepsi Harga	IV-8
Gambar IV.3 Contoh Usulan Promo <i>Buy 2 Get 1</i> Akhir Pekan	IV-10
Gambar IV.4 Contoh Promo <i>Cashback</i> yang Diterapkan Oleh Chatime	IV-11
Gambar IV.5 Contoh Promo Pada Hari Ibu Oleh Chatime	IV-12

Gambar IV.6 Contoh Promo Membagikan <i>Post</i> Diskon.....	IV-13
Gambar IV.7 Contoh Kartu Pelanggan Untuk Diskon Setiap Transaksi.....	IV-14
Gambar IV.8 Contoh Diskon Untuk Pelanggan Berulang Tahun Oleh..... Clairmont Cake	IV-14
Gambar IV.9 Contoh Usulan Kartu Pelanggan dengan Sistem Cap	IV-18

DAFTAR LAMPIRAN

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

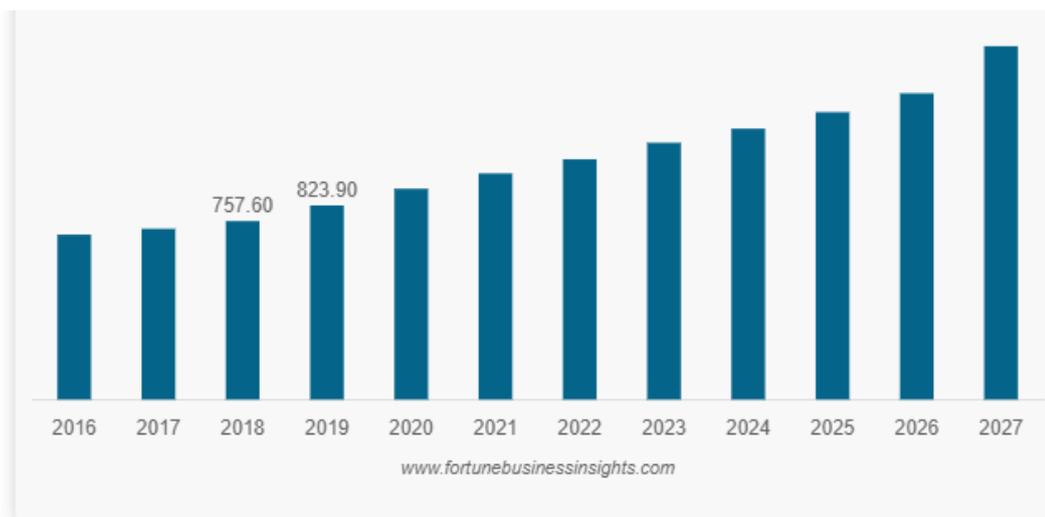
BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai beberapa hal sebelum dilakukannya penelitian, yaitu latar belakang terjadinya penelitian serta tujuan yang diharapkan dapat terjadi dengan dibuatnya penelitian ini. Nantinya penelitian akan didasari oleh permasalahan yang teridentifikasi pada tahapan ini.

I.1 Latar Belakang

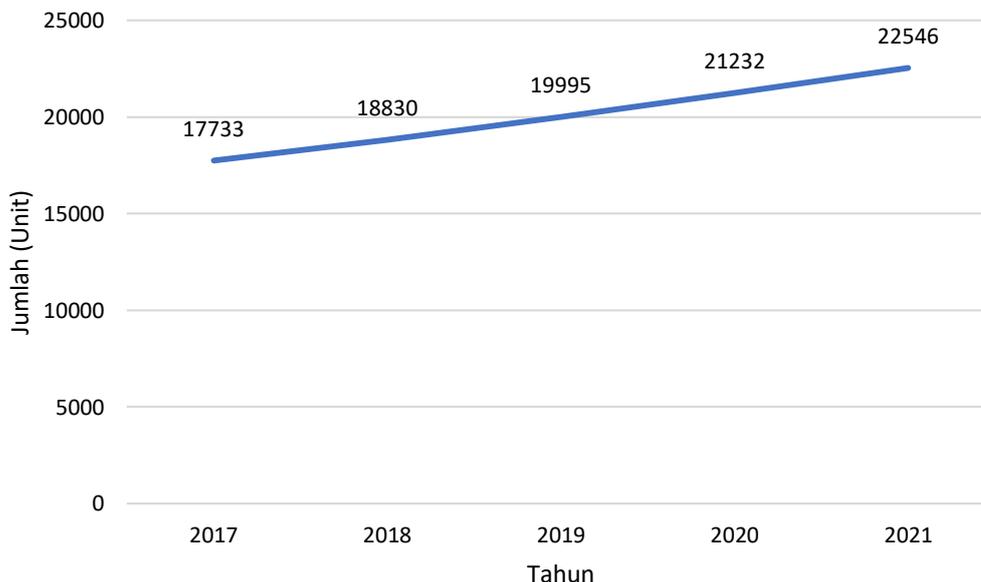
Pangsa pasar minuman kekinian seperti *bubble tea* di Asia Pasifik diprediksi akan mengalami kenaikan dengan Indonesia termasuk di dalamnya. Berbagai jenis merek gerai minuman kekinian juga kian bertambah seiring berjalannya waktu. Berdasarkan artikel pada Grab (2019), pada tahun 2018 sendiri pemesanan *bubble tea* di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar >8.500% dari Januari sampai Desember. Berikut merupakan prediksi pangsa pasar minuman kekinian di Asia Pasifik tahun 2016 – 2027.



Gambar I.1 Prediksi Pangsa Pasar Minuman Kekinian Tahun 2016 – 2027 (Dalam Juta Dollar US)
(Sumber: <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/bubble-tea-market-101564>)

Berdasarkan Gambar I.1, pangsa pasar minuman kekinian diprediksi akan mengalami kenaikan konstan dari tahun 2016 sampai 2027 sehingga sektor ini memiliki peluang yang menjanjikan bagi masyarakat. Peluang ini mengakibatkan orang-orang tertarik untuk membuka usaha / UMKM di bidang minuman kekinian. Pertumbuhan UMKM minuman kekinian di Indonesia juga berdampak positif bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Salahudin Uno mengatakan bahwa industri makanan dan minuman (kuliner) merupakan subsektor penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif. Menurut artikel KOMPAS (2021), Kemenparekraf mencatat bahwa subsektor kuliner menyumbang Rp 455,4 triliun atau sekitar 41% dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp 1.134 triliun pada 2020. Industri kuliner di Indonesia juga memiliki dampak yang besar dalam hal menyerap tenaga kerja, diketahui bahwa industri kuliner menyerap sampai 9,5 juta tenaga kerja. Berikut merupakan tabel jumlah UMKM minuman di Bandung.



Gambar I.2 Jumlah UMKM Minuman di Kota Bandung

(Sumber: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-dan-kategori-usaha-di-jawa-barat>)

Peluang bisnis yang menjanjikan di bidang minuman kekinian, mengakibatkan meningkatnya jumlah UMKM minuman khususnya di Bandung. Pertumbuhan jumlah UMKM ini meningkatkan persaingan dari setiap UMKM

minuman. Setiap UMKM harus mampu bersaing dengan meningkatkan niat beli ulang dari gerai minuman tersebut sehingga pelanggan mau untuk terus membeli produk yang ditawarkan dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

Persaingan di bidang minuman kekinian dirasakan oleh gerai minuman Ganbatea yang beralamat di Ruko Paskal Hyper Square C-56 Bandung. Ganbatea merupakan salah satu gerai minuman yang menjual minuman berbasis teh dan buah namun juga menjual varian lain seperti susu dan kopi. Ganbatea merupakan gerai minuman yang berasal dari Jakarta dan berdiri pada tahun 2020, sedangkan Ganbatea Paskal sendiri berdiri pada April 2021. Pemasaran dari gerai Ganbatea untuk setiap cabangnya diserahkan kepada pihak masing-masing seperti pengelolaan akun media sosial dan promosi.



Gambar I.3 Tampak Dalam Gerai Ganbatea Paskal

Ganbatea melayani *dine in*, *take away*, atau pun pemesanan online dari media ojek online. Gambar I.3 merupakan tampak dalam Ganbatea Paskal yang diambil dari 2 sudut yang berbeda. Pengunjung akan masuk ke toko dengan sudut pandang seperti pada gambar di kiri. Pemesanan dilakkan dengan berjalan ke arah kasir dan pesanan diambil pada bagian kiri di gambar sebelah kiri. Bagian dalam Ganbatea Paskal dapat menampung pengujung sampai dengan 13 pengujung.

Terdapat fasilitas pendukung pada Ganbatea Paskal seperti tempat duduk di luar dan toilet. Gambar I.4 merupakan tampak depan yang terdapat fasilitas tempat duduk di luar, sedangkan toilet terletak di lantai 2 dan dapat digunakan secara bergantian dikarenakan hanya terdapat 1 toilet. Tempat duduk di luar dikhususkan untuk pengujung yang merokok dan lebih menyukai suasana

di luar. Tempat duduk luar terdapat 2 buah meja bundar kecil dan dapat menampung sampai 6 pengunjung.

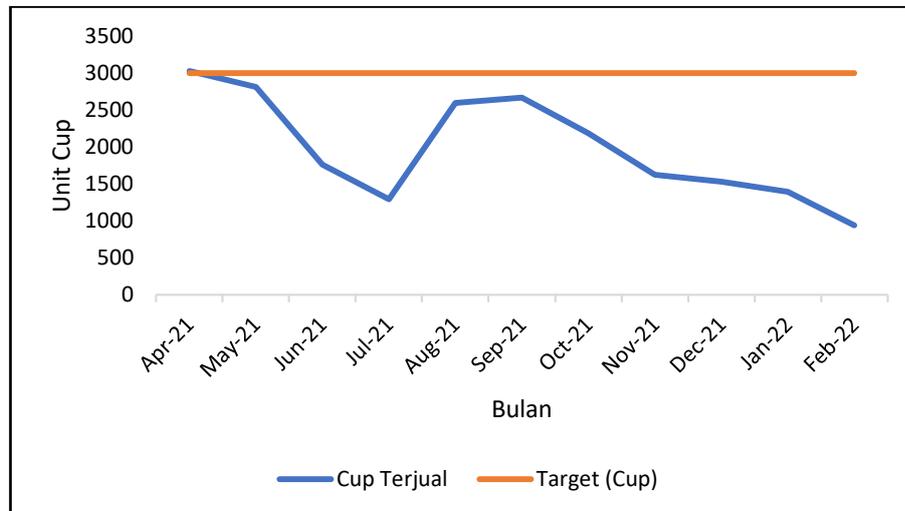


Gambar I.4 Tampak Depan Gerai Ganbatea Paskal

Ganbatea Paskal buka setiap harinya termasuk pada saat hari libur nasional. Ganbatea Paskal beroperasi dari jam 09.00 sampai 21.00 WIB. Ganbatea Paskal menjual minumannya dengan harga berkisar dari Rp 15.000 sampai Rp 56.000 tergantung dari varian rasa dan ukurannya. Ganbatea Paskal memiliki 4 orang pekerja total dengan jadwal kerja Senin – Kamis 1 orang untuk *shift* pagi – siang dan 2 orang untuk *shift* siang – malam, sedangkan untuk jadwal kerja Jumat – Minggu 2 orang untuk setiap *shift*-nya. Setiap pekerja mendapatkan jadwal libur masing-masing 1 hari di hari Senin – Kamis.

Ganbatea Paskal menetapkan target penjualan sebanyak 100 *cup* perhari dengan target pasar rentang usia remaja sampai dewasa. Target tersebut jika dikonversikan ke bulan maka menjadi 3000 *cup* per bulan dengan asumsi setiap bulannya terdiri dari 30 hari. Pemilik berpendapat bahwa penetapan target dilakukan dengan memperhitungkan biaya untuk bahan baku dan investasi awal. Pemilik berpendapat penetapan target ini sudah standar untuk gerai minuman baru. Pemilik juga sudah berkonsultasi dengan kerabat pemilik yang merupakan

pemilik gerai minuman lain terkait penjualan mereka sehingga pemilik sudah yakin dengan target yang ditetapkan.



Gambar I.5 Penjualan Bulanan Ganbatea Paskal April 2021 sampai Februari 2022

Meskipun pangsa pasar dan peluang bisnis di bidang minuman kekinian menjanjikan, penjualan Ganbatea Paskal belum mencapai target yang ditentukan dan profit yang didapat masih kurang. Dari Gambar I.5 diketahui bahwa penjualan bulanan Ganbatea Paskal tidak mencapai target dan mengalami penurunan konstan kecuali untuk Agustus 2021. Pencapaian target hanya terjadi pada bulan April 2021 yaitu saat Ganbatea baru beroperasi. Kenaikan pada bulan Agustus disebabkan karena adanya promo 17 Agustus (kemerdekaan) yang mengakibatkan naiknya penjualan, namun penjualan kembali menurun setelah September 2021.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa perlu dilakukan upaya perbaikan untuk Ganbatea Paskal agar penjualan mencapai target dan mengalami kenaikan. Tujuannya yaitu agar Ganbatea Paskal dapat terus bersaing dengan pesaing lainnya. Untuk mendapatkan usulan perbaikan yang tepat, maka akan dilakukan penelitian lebih lanjut.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Untuk mengetahui penyebab apa saja yang mengakibatkan turunnya pendapatan Ganbatea Paskal, perlu dilakukan identifikasi terkait faktor-faktor yang memengaruhi penurunan tersebut. Identifikasi dilakukan dengan wawancara dengan pemilik dan konsumen yang pernah membeli produk Ganbatea Paskal.

Selain wawancara, dilakukan juga peninjauan dari review pelanggan yang ada di situs PergiKuliner.

Pemilik menyadari tidak tercapainya target penjualan, pemilik menduga penyebab turunnya pendapatan yaitu niat beli ulang jika dilihat dari data yang ada pada aplikasi *Grab* sebagai salah satu media pemesanan *online*. Pada aplikasi *Grab*, diketahui bahwa lebih banyak *new order* dari pada *repeat order*. Pemilik juga mengatakan bahwa pengunjung lama cenderung jarang atau bahkan tidak kembali lagi.

Pemilik juga berpendapat faktor yang mengakibatkan penurunan pendapatan menurut pemilik yaitu adanya pesaing lain yang lebih sohor di daerah Paskal Bandung. Pemilik berpendapat bahwa pesaing lainnya memiliki pengunjung yang lebih banyak. Pemilik berpendapat bahwa konsumen sepertinya belum memiliki kepuasan terhadap *Ganbatea* seperti pada pesaing lainnya.

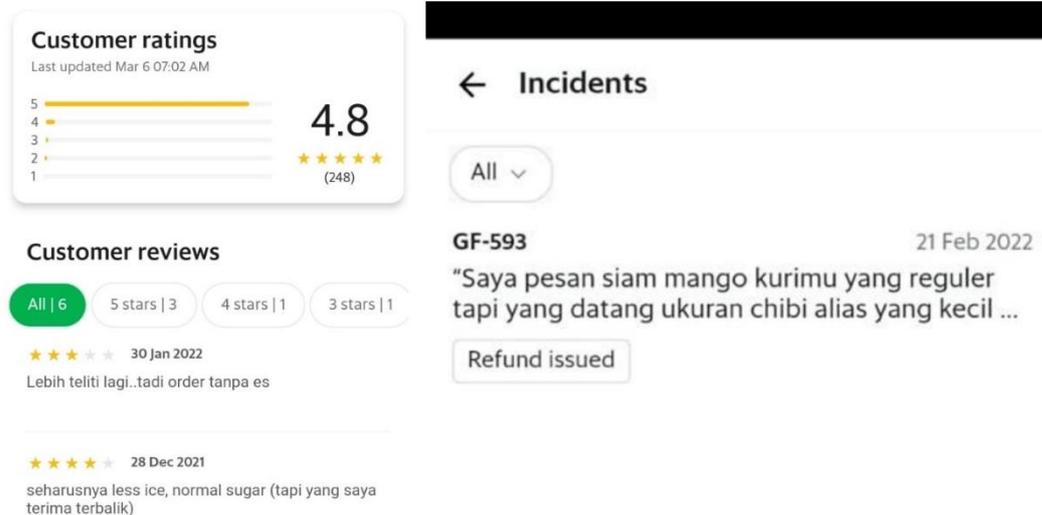
Pemilik juga berpendapat faktor selanjutnya yaitu kesalahan pelayanan yang terkadang terjadi. Pemilik mengatakan pernah mendapat review di *GrabFood* tentang pelayanan kurang, yaitu minuman tidak sesuai dengan pesanan seperti pesanan “no ice” namun masih diberi es. Pemilik juga mengatakan pihak pelayanannya pernah memberikan ukuran yang tidak sesuai dengan psanan yang dipesan.

Sejauh ini, pihak *Ganbatea Paskal* sudah melakukan beberapa upaya untuk menanggulangi permasalahan. Upaya yang sudah dilakukan oleh pihak *Ganbatea Paskal* yaitu memberikan beberapa promo untuk waktu tertentu untuk permasalahan harga. Untuk permasalahan pelayanan, pihak *Ganbatea Paskal* sudah memberikan pelatihan setiap karyawan baru masuk dan melakukan tes tertulis setiap 1 bulan sekali. Pemilik berpendapat usaha tersebut belum mengatasi permasalahan yang ada.



Gambar I.6 Contoh *Review* pada PergiKuliner
(Sumber: <https://pergikuliner.com/restaurants/bandung/ganbatea-pasir-kaliki>)

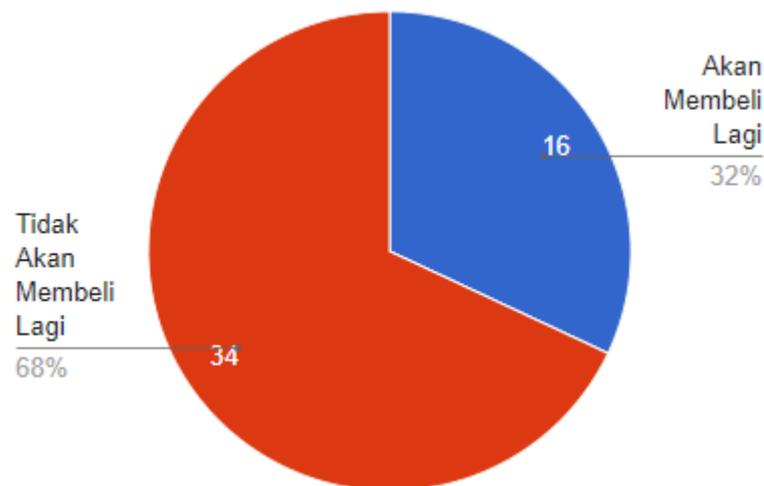
Berdasarkan situs PergiKuliner, Ganbatea Paskal memiliki *rating* secara keseluruhan 3.72 dari 5. Terdapat 5 aspek yang menentukan nilai keseluruhan tersebut yaitu aspek rasa, suasana, harga: rasa, pelayanan, dan kebersihan. Penilaian yang diberikan pelanggan untuk aspek rasa dan suasana, Ganbatea Paskal mendapatkan nilai 4 dari 5, untuk aspek harga: rasa yaitu 3.2 dari 5, untuk aspek pelayanan yaitu 3.6 dari 5, dan untuk aspek kebersihan yaitu 3.8 dari 5. Selain itu, terdapat juga 5 review dari pelanggan dengan 1 review yang berpendapat bahwa rasa dari Ganbatea Paskal tidak ada yang spesial bagi pelanggan tersebut dengan harga yang cukup tinggi dan opsi pembayaran yang terbatas.



Gambar I.7 Review dari Pelayanan Ganbatea Paskal di *GrabFood*
(Sumber: *GrabFood*)

Berdasarkan pernyataan dari pemilik tentang *review* di *GrabFood*, maka dilakukan pengambilan data dari *review GrabFood* Ganbatea Paskal. Berdasarkan *GrabFood*, Ganbatea Paskal sendiri memiliki *rating* 4.8 dari 5. Meski demikian, masih terdapat 3 *review* dari konsumen yang mengeluhkan pelayanan. Pada gambar sebelah kiri, terdapat 2 *review* yang menyatakan bahwa mereka memesan tanpa es, *less ice*, *normal sugar* namun yang datang tidak sesuai dengan pesanan tersebut. Sedangkan pada gambar sebelah kanan terdapat *review* yang menyatakan bahwa konsumen memesan ukuran regular tetapi yang datang ukuran *chibi* (kecil).

Untuk memvalidasi faktor permasalahan yang ada sesuai dengan identifikasi permasalahan di atas, dilakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan transaksi di Ganbatea Paskal. Pertama-tama responden akan ditanya terkait niat beli ulang ke Ganbatea Paskal. Terdapat 50 responden yang mengisi kuesioner. Gambar I.8 merupakan interpretasi jawaban dari responden.



Gambar I.8 Keinginan Responden untuk Membeli Lagi

Pertanyaan pertama diajukan terkait keinginan konsumen Ganbatea Paskal untuk membeli lagi. Berdasarkan Gambar 8, didapatkan bahwa sebanyak 34 orang yaitu 68% responden tidak akan membeli lagi produk Ganbatea Paskal sedangkan 16 orang yaitu 32% responden menjawab akan membeli lagi produk Ganbatea Paskal. Hasil tersebut sesuai dengan data pada aplikasi Grab mengenai niat beli ulang konsumen Ganbatea Paskal.

Pertanyaan selanjutnya yaitu alasan responden melakukan pembelian ulang maupun tidak. Pertanyaan akan diajukan terpisah kepada responden yang menjawab tidak berniat maupun berniat pada pertanyaan pertama. Tabel I.1 berikut merupakan hasil alasan dari responden tidak akan membeli lagi ataupun membeli lagi.

Tabel I.1 Alasan Responden Tidak Membeli Lagi di Ganbatea Paskal

No	Faktor	Jumlah Tidak Akan Membeli Lagi
1	Harga yang kurang terjangkau	12
2	Promosi harga kurang menarik	10
3	Suasana kurang nyaman	6
4	Kualitas minuman yang kurang baik	6
5	Kualitas pelayanan yang kurang baik	16
6	Variasi menu yang kurang bervariasi	4

Berdasarkan Tabel I.1 dapat dilihat alasan responden melakukan tidak melakukan pembelian ulang. Mayoritas responden tidak melakukan pembelian ulang yaitu dikarenakan faktor persepsi harga, kualitas pelayanan kurang

memuaskan, dan promo yang diberikan kurang menarik. Sedangkan, Tabel I.2 berikut merupakan responden membeli lagi di Ganbatea Paskal.

Tabel I.2 Alasan Responden Membeli Lagi di Ganbatea Paskal

No	Faktor	Jumlah Akan Membeli Lagi
1	Harga yang terjangkau	4
2	Promosi harga yang menarik	3
3	Suasana yang nyaman	5
4	Kualitas minuman yang baik	7
5	Kualitas pelayanan yang baik	2
6	Variasi menu yang bervariasi	5

Berdasarkan Tabel I.2 dapat dilihat alasan responden melakukan pembelian ulang. Mayoritas responden melakukan pembelian yaitu dikarenakan faktor kualitas minuman yang baik dan variasi menu yang beragam. Dengan demikian, akan dicari tahu kira – kira apa saja faktor yang memengaruhi niat beli ulang pada gerai minuman.

Pertanyaan selanjutnya yaitu faktor yang dipertimbangkan konsumen saat melakukan pembelian ulang pada gerai minuman. Pertanyaan akan diajukan terhadap 50 responden yang berpartisipasi. Dari Tabel I.3 berikut, dapat diketahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli kembali minuman pada suatu gerai minuman.

Tabel I.3 Faktor-faktor yang Dipertimbangkan oleh Konsumen Dalam Membeli Ulang di Gerai Minuman

No	Faktor	Jumlah
1	Persepsi Harga	40
2	Promosi Harga	34
3	Kualitas Pelayanan	41
4	Suasana	32
5	Kualitas Minuman	37
6	Variasi Menu	26

Faktor-faktor yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian ulang di gerai minuman yaitu kualitas pelayanan, harga, kualitas minuman, dan promo. Kualitas pelayanan yang dipertimbangkan oleh responden yaitu waktu tunggu, keramahan, dan kesesuaian pesanan. Kualitas minuman yang dipertimbangkan yaitu rasa dan kesesuaian porsi minuman dengan harga. Promo yaitu promo yang diberikan pihak gerai minuman. Suasana yang dimaksud yaitu seperti musik, suhu, dan kebersihan. Variasi menu yaitu banyaknya menu yang tersedia di gerai minuman. Faktor-faktor tersebut

didapatkan juga berdasarkan penelitian Zhang dan Prasongsukarn (2017), Emes dan Sari (2019), dan Yulinanta dan Subiyantoro (2020) yang kemudian ditanyakan kepada konsumen melalui wawancara untuk dipastikan.

Menurut Hellier, Phillip, Geursen, Carr & Rickard (2003) niat beli ulang merupakan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atas jasa berdasarkan atas pengalaman dengan mengeluarkan biaya untuk memperoleh barang atau jasa, serta cenderung dilakukan secara berkala. Niat beli ulang merupakan bagian dari perilaku konsumen yang timbul berdasarkan pengalaman yang dirasakan ketika membeli atau menggunakan dari produk maupun jasa. Dengan demikian, niat beli ulang merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan dalam mengukur perilaku konsumen.

Zhang dan Prasongsukarn (2017) meneliti faktor-faktor yang memengaruhi *repurchase intention* pada Starbucks di Thailand. Variabel yang diuji yaitu *price promotion*, *food quality*, *service quality*, dan *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention*. Hasil yang didapat dari penelitian yaitu *price promotion*, *food quality*, dan *service quality* memengaruhi *customer satisfaction*. Secara tidak langsung ketiga faktor tersebut memengaruhi *repurchase intention*, karena *customer satisfaction* berpengaruh secara langsung terhadap *repurchase intention*.

Emes dan Sari (2019) meneliti faktor yang memengaruhi minat beli ulang pada Marka *Coffee & Kitchen*. Variabel yang diuji yaitu *store atmosphere*. Hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu *store atmosphere* memengaruhi minat beli ulang pada Marka *Coffee & Kitchen*.

Yulinanta dan Subiyantoro (2020) meneliti faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang pada Tumbas Kopi Mojokerto. Variabel yang diuji pada penelitian yaitu variabel variasi produk dan persepsi harga. Hasil yang didapatkan dari penelitian yaitu kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap minat beli ulang di Tumbas Kopi Mojokerto.

Berdasarkan identifikasi yang dilakukan terdapat beberapa faktor yang diduga merupakan penyebab rendahnya tingkat niat beli ulang pada Ganbatea Paskal. Dengan demikian perlu dilakukan penelitian lebih lanjut guna mengetahui faktor penyebab yang pasti, sehingga usulan perbaikan yang diberikan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Sehingga dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi niat beli ulang pada gerai minuman?
2. Bagaimana usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk mengatasi permasalahan pada Ganbatea Paskal berdasarkan model niat beli ulang?

I.3 Batasan dan Asumsi

Dalam penelitian yang dilakukan, terdapat batasan masalah dan asumsi. Pembatasan ditujukan untuk memfokuskan dan memberi usulan yang lebih spesifik terhadap permasalahan yang dihadapi berdasarkan batasan yang ditetapkan. Berikut merupakan batasan pada penelitian.

1. Penelitian hanya dilakukan hingga tahap perancangan usulan perbaikan untuk Ganbatea Paskal, tidak dilakukan tahap implementasi.
2. Penelitian hanya dilakukan terhadap responden yang pernah membeli minuman pada gerai minuman di Bandung secara langsung.

Dalam penelitian juga terdapat asumsi untuk memudahkan pengolahan data. Tujuan penetapan asumsi ini yaitu untuk memaksimalkan usulan perbaikan yang diberikan berdasarkan data yang sudah diolah. Adapun asumsi yang ditetapkan yaitu tidak terjadi perubahan harga dan kualitas baik pada minuman yang dijual atau pelayanan yang diberikan oleh pihak Ganbatea Paskal.

I.4 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan tentunya memiliki tujuannya masing-masing. Tujuan ditetapkan untuk mengetahui hasil dari penelitian yang sudah dilakukan berdasarkan permasalahan yang ada. Berikut merupakan tujuan dari penelitian yang dilakukan.

Sehingga dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut.

I.5 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian tentunya memiliki manfaat untuk beberapa pihak yang terlibat. Manfaat dapat dirasakan oleh pemilik sebagai pengambil keputusan maupun pembaca yang akan melakukan penelitian juga. Berikut merupakan manfaat penelitian baik bagi pemilik maupun pembaca.

1. Membantu pemilik untuk mengetahui-faktor-faktor yang memengaruhi permasalahan yang dihadapi dan memberikan usulan perbaikan berdasarkan pengolahan data yang sudah dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.
2. Sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya bagi pembaca yang sedang melakukan penelitian.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada subbab ini akan ditampilkan metodologi dari penelitian yang dilakukan. Metodologi penelitian ditujukan untuk menunjukkan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian yang dilakukan. Tahapan diawali dengan penentuan objek dan topik, observasi / penelitian awal, identifikasi masalah dan perumusan masalah, penentuan batasan masalah dan asumsi penelitian, penentuan tujuan dan manfaat penelitian, studi literatur, pengumpulan data, pengembangan model, pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, kesimpulan dan saran, dan selesai. Untuk memudahkan melihat tahapan, berikut merupakan *flowchart* dari penelitian yang dilakukan.

1. Penentuan Objek dan Topik Penelitian

Langkah pertama dalam penelitian yaitu penentuan objek dan topik penelitian. Penentuan objek dan topik dilakukan dengan observasi sehingga dapat dilihat apakah topik dan objek memungkinkan untuk diangkat sebagai objek dan topik penelitian. Setelah sesuai, maka dilanjutkan dengan observasi awal.

2. Observasi / Penelitian Awal

Penelitian awal dilakukan untuk mencari tahu permasalahan yang dihadapi oleh objek penelitian yaitu Ganbatea Paskal. Penelitian awal dilakukan dengan melakukan wawancara pemilik untuk memastikan permasalahan yang dihadapi.

3. Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

Tahapan selanjutnya yaitu identifikasi masalah dan perumusan masalah. Identifikasi dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pemilik dan konsumen, selain itu dilakukan juga observasi *review* pada PergiKuliner dan *GrabFood*. Setelah permasalahan teridentifikasi, maka dilakukan perumusan masalah untuk memfokuskan permasalahan yang ada sehingga pengolahann,

analisis, dan usulan yang diberikan lebih terfokus pada permasalahan yang dihadapi.

4. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Tahapan selanjutnya yaitu penentuan batasan masalah dan asumsi penelitian. Penentuan batasan dilakukan untuk menentukan area penelitian sehingga tidak terlalu luas dan terfokus pada permasalahan yang dihadapi. Asumsi dilakukan untuk memudahkan penelitian khususnya pada saat pengolahan data sehingga data tetap relevan.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian.

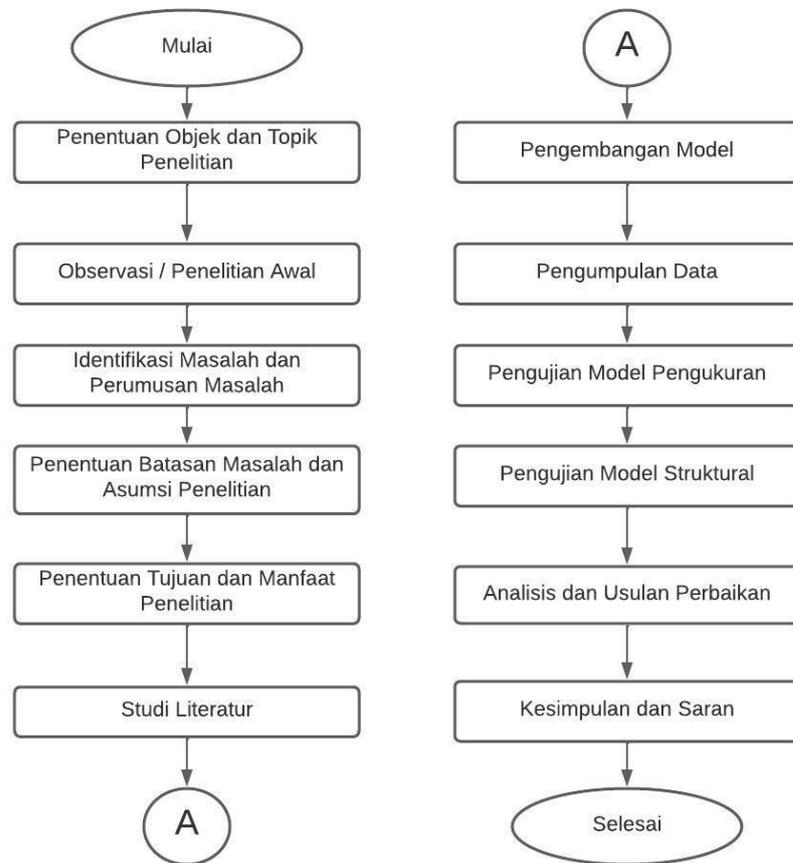
Tahapan selanjutnya yaitu menentukan tujuan dan manfaat dari penelitian. Tujuan ditetapkan agar dapat menjawab permasalahan yang ada sehingga nantinya permasalahan terselesaikan. Manfaat ditetapkan baik untuk pihak pemilik sebagai pengambil keputusan maupun pembaca yang mencari referensi untuk penelitian.

6. Studi Literatur

Tahapan selanjutnya yaitu studi literatur. Studi literatur dilakukan guna mempelajari metode, teori, dan faktor-faktor yang ada pada permasalahan. Studi literatur dilakukan dengan bantuan jurnal penelitian yang sudah dilakukan sebagai referensi untuk mengembangkan model minat beli ulang konsumen pada gerai minuman. Studi literatur ini nantinya digunakan sebagai landasan dalam melakukan penelitian.

7. Pengembangan Model

Tahapan selanjutnya yaitu pengembangan model. Pengembangan model dilakukan berdasarkan model yang sudah dipelajari sebelumnya. Nantinya hasil yang dihasilkan berupa faktor-faktor yang diduga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen khususnya minat beli ulang pada gerai Ganbatea Paskal.



Gambar I.9 Metodologi Peneltiaan

8. Pengumpulan Data

Tahapan selanjutnya yaitu pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan atribut sesuai dengan model penelitian. Tujuan dari pengumpulan data yaitu untuk digunakan pada pengolahan data untuk mencari tahu faktor yang berpengaruh secara signifikan pada permasalahan.

9. Pengujian Model Pengukuran

Tahapan selanjutnya yaitu pengolahan data. Pengujian dilakukan pada data yang didapat dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur variabel. Uji reliabilitas ditujukan untuk mengetahui apakah hasil dari kuesioner sudah konsisten.

10. Pengujian Model Struktural

Pada tahapan ini ini dilakukan pengujian hubungan berdasarkan data yang sudah diperoleh dan sudah diuji validitas dan reliabilitas. Pengujian model dilakukan dengan metode *partial least square – structural equation modelling* (PLS-SEM). Tujuannya yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel pada model penelitian pada minat beli ulang berdasarkan karakteristik dari objek penelitian.

11. Analisis dan Usulan Perbaikan

Tahapan selanjutnya yaitu analisis dan usulan perbaikan. Analisis dilakukan kepada data yang sudah diuji dan diolah sehingga dapat dicari tahu solusi yang tepat berdasarkan permasalahan yang dihadapi. Usulan perbaikan diberikan sesuai dengan pengolahan dan analisis yang dilakukan, tujuannya agar usulan sesuai dengan permasalahan. Keputusan implementasi usulan perbaikan ada di tangan pemilik.

12. Kesimpulan dan Saran

Tahapan terakhir yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan ditujukan untuk menjawab tujuan penelitian yang sudah ditetapkan berdasarkan perumusan masalah. Saran diberikan untuk pihak Ganbatea Paskal sebagai pengambil keputusan, maupun pembaca yang akan melakukan penelitian serupa ke depannya.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai sistematika dalam penulisan laporan penelitian. Tujuannya yaitu agar memudahkan pembaca untuk memahami laporan penelitian. Penulisan laporan penelitian akan dibagi ke dalam 5 bab sebagai berikut.

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai beberapa hal sebelum dilakukannya penelitian, yaitu latar belakang terjadinya penelitian serta tujuan yang diharapkan dapat terjadi dengan dibuatnya penelitian ini. Nantinya penelitian akan didasari oleh permasalahan yang teridentifikasi pada tahapan ini.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan berisi mengenai studi literatur yang dilakukan. Studi literatur ini akan digunakan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian. Studi

literatur ini akan membahas mengenai teknik pengumpulan dan pengolahan data yang digunakan dalam penelitian beserta teori pendukung yang bersangkutan.

3. BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini akan membahas mengenai pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan. Pembahasan diawali dengan perancangan hipotesis, perancangan model penelitian, pengumpulan data, dan pengolahan data yang dilakukan. Kemudian dilakukan juga penilaian untuk menentukan tingkat kepentingan variabel untuk menentukan usulan perbaikan yang dirancang pada bab selanjutnya.

4. BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai analisis dan usulan perbaikan dari penelitian. Analisis akan dilakukan terhadap hasil dari pengumpulan dan pengolahan data. Usulan perbaikan akan diberikan didasari oleh pengolahan data dan analisis yang sudah dilakukan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang sudah dilakukan. Kesimpulan berupa hasil dari tujuan penelitian yang sudah ditetapkan berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan. Sedangkan saran merupakan hal-hal yang bisa diperhatikan agar penelitian kedepannya dapat menjadi lebih baik.