

USULAN PERBAIKAN KIOS MINUMAN CAB. GATSU 32 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 : Andrian Hans Kristian

NPM : 6131801103



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

SUGGESTED IMPROVEMENTS IN BEVERAGE KIOSK CAB. GATSU 32 BASED ON FACTORS AFFECTING CONSUMER PURCHASE INTENTION

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Andrian Hans Kristian

NPM 6131801103



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Andrian Hans Kristian
NPM : 6131801103
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN KIOS MINUMAN CAB. GATSU 32 BERDASARKAN
FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2022

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

(Dr. Ceicana 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 : Andrian Hans Kristian

NPM : 6131801103

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“USULAN PERBAIKAN KIOS MINUMAN CAB. GATSU 32 BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN”

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, 24 Juli 2022

Andrian Hans Kristian
6131801103

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan sektor yang menjanjikan. Masyarakat Indonesia sendiri lebih senang dalam mengonsumsi makanan dan minuman jadi. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021, makanan dan minuman jadi merupakan pengeluaran utama dari masyarakat Indonesia. Namun perkembangan sektor industri makanan dan minuman tidak berbanding lurus dengan kondisi Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 yang mengalami penurunan penjualan dalam beberapa periode kebelakang. Hasil dari penelitian awal terdapat dugaan bahwa minat beli konsumen yang rendah terhadap Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32. Oleh karena hal tersebut dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor – faktor yang berpengaruh terhadap minat beli minuman di kios minuman dan memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan penjualan Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32. Dalam proses identifikasi faktor yang berpengaruh terhadap minat beli di kios minuman. Dilakukan pengembangan model berdasarkan studi literature dan wawancara dengan pemilik dan target pasar Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32. Didapatkan 6 faktor yang diduga berpengaruh terhadap minat beli minuman di kios minuman. Selanjutnya dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner yang menghasilkan 128 data responden. Data yang didapatkan diolah dengan metode *Structural Equation Modeling with Partial Least Square (PLS-SEM)*. Dihasilkan terdapat empat variabel yang berpengaruh terhadap minat beli yaitu cita rasa, harga, produk, lokasi. Setelah diketahui variabel yang berpengaruh diberikan usulan perbaikan sesuai dengan skala prioritas dengan metode *importance performance map analysis*. Usulan yang telah dibuat kemudian akan didiskusikan dengan pemilik dan dihasilkan 7 usulan yang dapat diterima oleh pemilik.

ABSTRACT

Food and beverage industry is one of the promising sectors in Indonesia. Indonesian people love to eat prepared food and beverage. According to Badan Pusat Statistik (BPS), prepared food and beverages are the main expenses of the Indonesian people in 2021. However Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 as one of the food and beverage industry players have experienced a downtrend in sales in recent period. The result from initial research there are assumption that consumer Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 purchase intention are low. Because of that, the research was conducted to determine the factors that influence the purchase intention in food and beverage and give suggestion for improvements to increase Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 sales. In the process of identifying factors that influence purchase intention at beverage kiosk. There were model development based on literature studies and interviews with owner and target markets Susu Kedelai Cab. Gatsu 32. There are 6 factors that are thought to affect the purchase intention drinks in beverages kiosk. After that the research data was obtained through a survey by distributing questionnaires and obtained 128 respondents. After the data is collected, data was being processed with Structural Equation Modeling with Partial Least Square (PLS-SEM) methods. Then the result of PLS-SEM method shows there are four variables (taste, price, product and place) that influence purchase intention drinks in beverages kiosk. Based on factors that influence purchase intention, there are 7 suggested improvements that discussed with owner Susu Kedelai Cab. Gatsu 32. The owner of Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 accept the suggested improvement and will be applied in his business.

KATA PENGANTAR

Terimakasih dan puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia akan kesempatan dan bimbingan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Usulan Perbaikan Kios Minuman Cab. Gatsu 32 Berdasarkan Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen” dengan baik, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Parahyangan. Penulis mengetahui bahwa skripsi ini tidak akan tercapai tanpa bantuan oleh banyak pihak, oleh karena itu pada kesempatan izinkan penulis untuk mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bantuan dan masukan serta memberikan waktunya untuk membimbing penulis dengan sabar.
2. Bapak Fransiscus Rian Praktikto, S.T., M.T., MIE dan Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan masukan dan menguji penelitian ini.
3. Pemilik Usaha Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian terhadap Susu Kedelai Cab. Gatsu 32.
4. Orang tua dan adik – adik penulis yang selalu mendukung dan memberikan doa terbaik untuk penulis dalam mengerjakan penelitian ini.
5. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
6. Teman Kelompok kuliah penulis Gregorius Rio Sadewo, Amanda Kusuma, Monica Nathania, dan Bernadin Nathania yang telah mendukung dan mengajarkan selama perkuliahan.
7. Henry Agusy, Ricardo Hans Buntoro, Jeremy Leonardo, Aaron, Josephine Elissa, Amanda Kusuma, dan Melvin Rafael yang berbagi cerita dan ilmu dalam mengerjakan penelitian.
8. Teman – teman yang selalu berbagi cerita, tawa dan haru selama penelitian ini dilakukan.

9. Seluruh pihak – pihak yang terlibat dalam penelitian ini yang tidak dapat disebutkan seluruhnya satu per satu.

Dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu penulis sangat terbuka dan menerima segala kritik dan saran yang dapat membangun dan menyempurnakan skripsi ini.

Bandung, Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	6
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	11
I.4 Tujuan Penelitian	11
I.5 Manfaat Penelitian	12
I.6 Metodologi Penelitian.....	12
I.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II	1
TINJAUAN PUSTAKA	1
II.1 Minat Beli	1
II.2 Perilaku Konsumen	1
II.3 Data Populasi dan Sampel.....	3
II.4 Structural Equation Modeling (SEM)	6
II.4.1 Path Modeling.....	7
II.4.2 Ukuran Sampel.....	8
II.4.3 Evaluasi Model Pengukuran	8
II.4.4 Evaluasi Model Struktural	10
II.5 <i>Importance Performance Map Analysis</i>	11
II.6 Model Penelitian	13
II.6.1 Model Penelitian Calvindo	13
II.6.2 Model Penelitian Saputra, Mulyati, dan Andayani	14

II.6.3	Model Penelitian Mayliza dan Efitantri	15
BAB III	1
PENGUMPULAN DATA DAN PENGUJIAN MODEL	1
III.1	Model Penelitian	1
III.2	Operasionalisasi Variabel	5
III.3	Pengumpulan Data	8
III.3.1	Penyusunan Kuesioner	8
III.3.2	Uji Pendahuluan Kuesioner	11
III.3.2	Penyebaran Kuesioner	13
III.4	Profil Responden	14
III.5	Pengujian Model Penelitian	16
III.5.1	Evaluasi Model Pengukuran	18
III.5.2	Evaluasi Model Struktural	26
III.6	Penilaian Performansi Faktor Minat Beli	30
III.7	Prioritas Usulan Perbaikan	31
BAB IV	1
ANALISIS DAN USULAN PENINGKATAN MINAT BELI	1
IV.1	Analisis Hasil Pengujian Hipotesis	1
IV.2	Analisis Penentu Minat Beli	4
IV.3	Analisis Prioritas Usulan Perbaikan	5
IV.4	Usulan Perbaikan Minat Beli	7
IV.4.1	Usulan Perbaikan Citra Rasa	7
IV.4.2	Usulan Perbaikan Harga	10
IV.4.3	Usulan Perbaikan Produk	11
IV.4.4	Rekapitulasi dan Evaluasi Usulan Perbaikan	13
BAB V	1
KESIMPULAN DAN SARAN	1
V.1	Kesimpulan	1
V.2	Saran	1
DAFTAR PUSTAKA	1
LAMPIRAN A	1
RIWAYAT HIDUP PENULIS	7

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Alasan Responden Berminat Membeli.....	7
Tabel I.2 Alasan Responden Tidak Berminat Membeli	7
Tabel I.3 Pertimbangan Responden Dalam Membeli Di Kios Minuman.....	8
Tabel III.1 Hubungan Faktor Wawancara dan Variabel Literatur	1
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel.....	5
Tabel III.3 Penyusunan Kuesioner	9
Tabel III.4 Hasil Uji Pendahuluan Kuesioner	12
Tabel III.5 Profil Responden	14
Tabel III.6 Nilai Composite Reliability	19
Tabel III.7 Nilai Outer Loading	20
Tabel III.8 Nilai AVE.....	21
Tabel III.9 Perbandingan Nilai AVE.....	22
Tabel III.10 Perbandingan Nilai <i>Composite Reliability</i>	22
Tabel III.11 Nilai <i>Cross Loading</i>	23
Tabel III.12 Fornell-Larcker Criterion.....	25
Tabel III.13 Nilai VIF	26
Tabel III.14 Path Coefficient dan Model Significance	27
Tabel III.15 Nilai Coefficient of Determination	30
Tabel III.16 Nilai Performansi Faktor Minat Beli	30
Tabel III.17 Importance Performance Matrix Analysis	32
Tabel IV.2 Contoh SOP Proses Pencucian.....	8
Tabel IV.3 Usulan Perbaikan Harga.....	10
Tabel IV.4 Usulan Perbaikan Produk	12
Tabel IV.5 Rekapitulasi dan Evaluasi Usulan Perbaikan	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kios, Suasana dan Menu Gatsu 32 Paskal Food Market.....	2
Gambar I.2 Produk Susu Kedelai Cab. Gatsu 32	3
Gambar I.3 Penjualan Cabang Paskal Food Market Sebelum Pandemi.....	4
Gambar I.4 Penjualan Cabang Paskal Food Market Selama Pandemi.....	5
Gambar 5 Metodologi Penelitian.....	15
Gambar II.1 Diagram <i>Path Modeling</i>	7
Gambar II.2 Kategori Evaluasi Model Pengukuran.....	9
Gambar II.3 Grafik IPMA.....	12
Gambar II.4 Model Penelitian Calvindo	14
Gambar II.5 Model Penelitian Saputra et al.....	15
Gambar II.6 Model Penelitian Mayliza dan Efitantri.....	16
Gambar III.1 Model Penelitian.....	5
Gambar III.2 Model Penelitian Pada SmartPLS 3.0	17
Gambar III.3 Hasil Hipotesis Model Penelitian	29
Gambar III.4 Matriks IPMA Susu Kedelai Cab.Gatsu 32	33
Gambar IV.1 Contoh Pilihan Ice Level	10
Gambar IV.2 Contoh penggunaan stiker tanpa bahan pengawet.....	11
Gambar IV.3 Contoh Usulan Kemasan Minuman.....	13

DAFTAR LAMPIRAN

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

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab satu ini akan dibahas mengenai pendahuluan penelitian. Pendahuluan penelitian terdiri dari latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penelitian.

I.1 Latar Belakang Masalah

Industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan salah satu sektor yang menjanjikan. Menurut Menteri Perindustrian Republik Indonesia, Airlangga Hartanto pada artikel Pikiran Rakyat (Rihanto, 2019), hingga triwulan 1 tahun 2019 pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman mencapai 6,77%. Angka itu di atas pertumbuhan PDB industri nasional sebesar 5,07%. Sektor tersebut juga berkontribusi sebesar 6,35% terhadap PDB Nasional. Hal tersebut menjadikan sektor industri makanan dan minuman sebagai salah satu penyumbang kontribusi terbesar PDB nasional.

Masyarakat Indonesia sendiri lebih senang dalam mengonsumsi makanan dan minuman jadi. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021, makanan dan minuman jadi merupakan pengeluaran utama dari masyarakat Indonesia yaitu sebesar Rp. 197.682 per kapita per bulan diikuti secara berurutan dengan komoditas rokok, padi - padian, sayur - sayuran, makanan laut, dan telur atau susu. Hal tersebut tentu menunjukkan bahwa tingkat pengeluaran masyarakat Indonesia terhadap makanan dan minuman jadi cukup tinggi.

Usaha - usaha makanan dan minuman jadi tentu memiliki peluang yang cukup besar. Hal tersebut dikarenakan tingkat pengeluaran yang tinggi dan peningkatan per tahun yang menjanjikan. Tidak terkecuali usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) makanan dan minuman jadi. Menurut survey Ipsos yang dilakukan pada tanggal 4 februari sampai dengan 15 februari 2021, meliputi negara Asean, dengan melibatkan 500 responden berusia 15 tahun ke atas, UMKM mendapat porsi pembelian tertinggi pada masa pandem atau sebelum

pandemi. Produk UMKM yang populer dibeli oleh masyarakat Indonesia pada saat pandemi adalah sektor makanan 55%, minuman 53% dan buah segar 53%.

Susu Kedelai Cab Gatsu 32 merupakan salah satu usaha mikro kecil dan menengah yang telah cukup lama berdiri di Bandung. Susu Kedelai Cab Gatsu 32 menjual berbagai macam olahan dari kacang kedelai seperti susu kedelai, tahu goreng, dan kembang tahu. Memiliki konsep makanan dan minuman sehat, produk makanan dan minuman yang dijual tidak menggunakan bahan pengawet. Penjualan utama dari UMKM adalah produk susu kedelai dimana produk tersebut dapat disajikan dalam kondisi hangat atau dingin.



Gambar I.1 Kios, Suasana dan Menu Gatsu 32 Paskal Food Market

Pada awal berdirinya Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 hanya memiliki 1 tempat usaha di jalan pungkur. Dengan berjalannya waktu saat ini Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 telah memiliki 2 cabang yaitu di Pujasera Gatot Subroto dan Paskal Food Market. Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 juga melayani jasa *delivery* untuk produk susu kedelai mereka. Selain jasa *delivery* Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 juga menerima *catering* acara perkawinan atau acara rumah duka dan acara lainnya. Memiliki jam operasional waktu buka dari siang hari sampai dengan

malam hari Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 memiliki nilai yang ditawarkan sebagai makanan dan minuman jadi untuk menghangatkan tubuh atau camilan sore.

Pada awal berdiri usaha Susu Kedelai Cab. Gatsu 32, tingkat penjualan produk susu kedelai, tahu goreng dan kembang tahu cukup diminati konsumen. Makanan dan minuman yang dapat dinikmati oleh kalangan muda dan dewasa menjadikan Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 menjadi salah satu tempat makan yang sering dikunjungi oleh keluarga. Selain hal tersebut masih sedikitnya usaha yang menjual makanan dan minuman di Bandung membuat tingkat penjualan susu kedelai cukup baik.

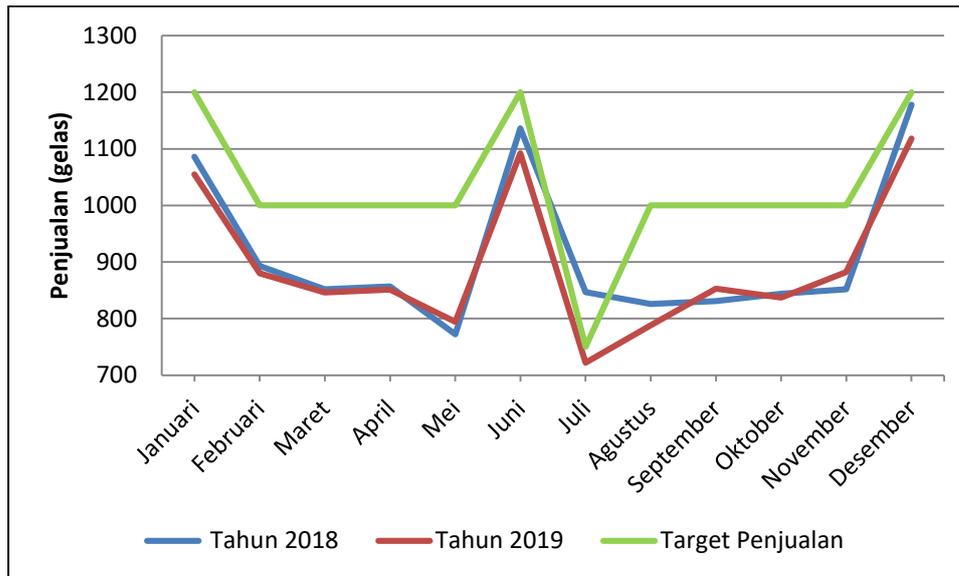


Gambar 1.2 Produk Susu Kedelai Cab. Gatsu 32

Pada kondisi usaha saat ini Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 mulai mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan diketahui dari hasil wawancara singkat dengan pemilik. Dari wawancara tersebut pemilik menduga bahwa makanan dan minuman yang dijual oleh Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 memiliki penurunan peminat. Hal tersebut dikarenakan hilangnya kebiasaan untuk meminum susu kedelai dan minuman susu kedelai kalah bersaing dengan minuman kekiniaan saat ini.

Pemilik juga memiliki dugaan lain yaitu seiring berkembangnya produk makanan dan minuman yang baru membuat konsumen melupakan makanan dan minuman Susu Kedelai. Selain itu terdapat juga saingan dari susu kedelai kemasan yang dijual oleh produsen besar yang memiliki tanggal kadaluarsa cukup panjang. Hal tersebut tentu memicu penurunan *market shared* yang dimiliki oleh Susu Kedelai Cab. Gatsu 32. Penurunan penjualan yang dialami oleh UMKM dapat terlihat pada gambar 4 dan gambar 5 sebagai berikut.

Diketahui dari data penjualan yang didapat pada Kios pusat Gatot Subroto 32 penjualan setiap bulan memiliki rata – rata di atas 1000 gelas. Namun penjualan pada kios tersebut juga terjadi penurunan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Selain itu terdapat target penjualan yang tidak tercapai dalam beberapa periode.



Gambar I.3 Penjualan Cabang Paskal Food Market Sebelum Pandemi

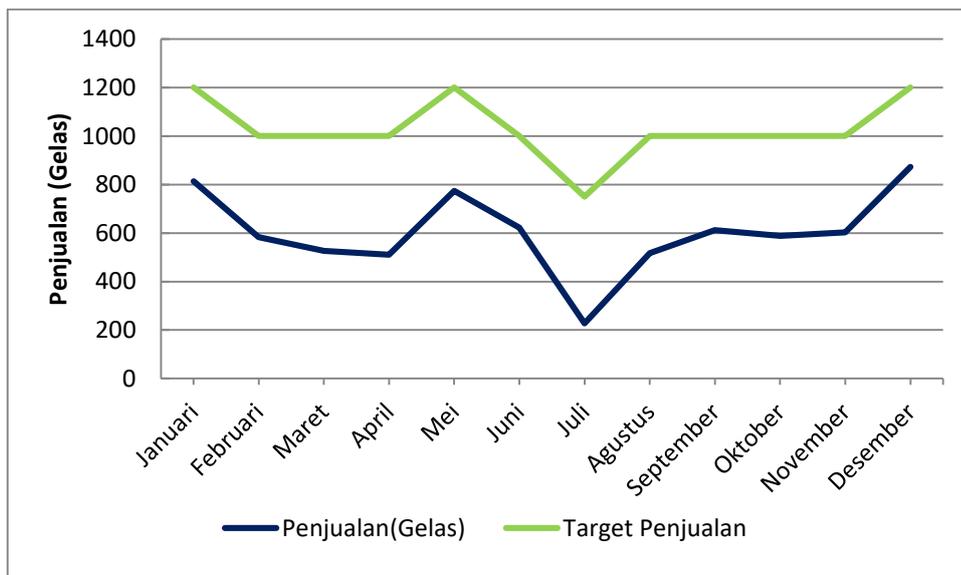
Dari gambar di atas dapat terlihat penurunan penjualan yang juga terjadi pada cabang Paskal Food Market dan tidak tercapainya target yang dimiliki. Pada cabang tersebut penurunan terjadi pada 9 bulan yang berbeda sementara untuk target penjualan selama tahun 2018 dan 2019. Untuk perbandingan antara cabang Paskal Food Market dan cabang Gatot Subroto sendiri terdapat perbedaan tingkat jumlah penjualan susu kedelai yang terjadi.

Target penjualan yang dimiliki oleh kedua cabang merupakan target yang diinginkan oleh pemilik. Pemilik menentukan target penjualan berdasarkan penjualan pada kondisi puncak penjualan bisnis mereka. Dimana dari informasi pemilik sendiri target penjualan yang ditetapkan pernah dicapai sebelumnya. Sementara untuk target penjualan selama pandemi sendiri sebenarnya pemilik belum memiliki target penjualan baru. Dari hasil wawancara sendiri untuk kondisi pandemi pemilik hanya berharap penjualan dapat kembali normal.

Dari perbandingan data penjualan kedua cabang selain terjadi penurunan penjualan dapat diketahui bahwa penjualan susu kedelai cabang Paskal Food Market lebih rendah jika dibandingkan dengan penjualan Kios pusat

Gatot Subroto. Hal tersebut mungkin dapat disebabkan karena Kios pusat Gatot Subroto merupakan cabang pertama yang tentu telah memiliki pelanggan yang lebih banyak. Selain itu persaingan makanan dan minuman yang lebih banyak terjadi di cabang Paskal Food Market juga dapat menjadi penyebab perbedaan penjualan.

Pada cabang Paskal Food Market selama pandemi hanya ditampilkan data Tahun 2021. Hal tersebut dikarenakan selama pandemi Tahun 2020 cabang Paskal Food Market dilarang berjualan pada Bulan Maret - Oktober Tahun 2020. Oleh karena itu data penjualan yang dimiliki terlalu kecil sehingga tidak dapat menggambarkan pola penjualan. Oleh karena hal tersebut juga data penjualan langsung dilanjutkan pada tahun 2021, berikut merupakan grafik penjualan data 2021.



Gambar I.4 Penjualan Cabang Paskal Food Market Selama Pandemi

Pada Tahun 2021 dapat dilihat penurunan penjualan dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya. Selain itu masih terlihat pola data *seasonal* yang terjadi. Namun pada Bulan Agustus Kios Susu Kedelai cabang Paskal Food Market harus tutup sementara karena aturan pemerintah mengenai pandemi.

Dari data hasil penjualan kedua cabang dapat diketahui penjualan susu kedelai memiliki pola *seasonal*. Hal tersebut juga didukung oleh hasil wawancara dengan pemilik. Dimana pada akhir dan awal tahun serta periode bulan lebaran akan terjadi kenaikan penjualan, sementara pada periode pertengahan tahun sering terjadi penurunan penjualan. Penjualan susu kedelai yang memiliki pola

seasonal wajar terjadi dikarenakan tempat makan merupakan salah satu tujuan wisata di kota Bandung.

Dari penurunan penjualan produk susu kedelai yang terjadi pada Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 tentu akan berdampak pada penurunan pendapatan yang dimiliki. Selain itu penjualan Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 sendiri diperparah dengan kondisi pandemi yang ada. Oleh karena hal tersebut diharapkan permasalahan penurunan penjualan dapat diatasi agar meningkatkan pendapatan yang dimiliki.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dari penurunan penjualan dan masalah yang telah dijelaskan diteliti lebih lanjut mengenai akar permasalahan yang terjadi. Dalam proses identifikasi masalah dilakukan wawancara dengan pemilik dan pengunjung Paskal Food Market dan penyebaran kuesioner. Dari wawancara yang dilakukan dengan pemilik permasalahan yang ada diduga karena pengunjung Paskal Food Market saat ini lebih tertarik dengan minuman lain. Hal tersebut yang tentu menuntun terhadap berkurangnya minat beli konsumen terhadap susu kedelai dan penurunan penjualan yang terjadi. Selain hal tersebut hasil wawancara dengan pemilik juga menduga bahwa persaingan produk minuman susu kedelai saat ini cukup ketat dengan hadirnya susu kedelai kemasan terbaru.

Dari hasil wawancara juga telah diketahui bahwa terdapat upaya yang dilakukan oleh pemilik untuk meningkatkan penjualan. Upaya yang dilakukan pemilik berfokus pada cabang Paskal Food Market untuk meningkatkan penjualan cabang tersebut.. Salah satu usaha yang dilakukan oleh pemilik adalah dengan memindahkan lokasi *booth* menjadi lebih depan. Hasil yang didapatkan dari upaya pemilik cukup berdampak untuk meningkatkan penjualan namun masih berada dibawah target yang diinginkan oleh pemilik.

Selain dilakukan wawancara dengan pemilik dilakukan juga wawancara dengan pengunjung Paskal Food Market untuk melihat dan memverifikasi faktor penyebab masalah yang ada. Dari Wawancara terhadap 20 orang pengunjung Paskal Food Market. Narasumber memiliki profil yang beragam dimana berusia 21 tahun - 57 tahun dan berdomisili dari Kota Bandung dan luar Kota Bandung. Responden juga memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam seperti pekerja

kantor, agen asuransi, wiraswasta, pelajar sampai ibu rumah tangga. Narasumber yang diberikan pertanyaan telah diverifikasi bahwa narasumber terbiasa atau suka dengan minuman susu kedelai. Sehingga tidak terdapat narasumber yang memiliki alergi terhadap susu kedelai. Diberikan pertanyaan untuk mengetahui bagaimana minat beli konsumen terhadap Kios Cab. Gatsu 32.

Dari hasil wawancara dengan responden diketahui bahwa 7 dari 20 responden berminat sementara sisa responden tidak berminat. Terdapat berbagai macam alasan dari responden yang berminat membeli di Kios Cab. Gatsu 32. Di sisi lain responden yang tidak berminat juga memiliki berbagai alasan. Berikut merupakan alasan responden yang berminat membeli.

Tabel I.1 Alasan Responden Berminat Membeli

No.	Alasan	Frekuensi
1	Rasa yang enak	3
2	Bagus untuk kesehatan	2
3	Minuman penghangat tubuh	2

Dari Tabel diatas dapat dilihat terdapat 3 alasan yang disampaikan oleh responden. Ketiga alasan yaitu memiliki rasa yang enak, karena susu kedelai bagus untuk kesehatan, dan sebagai minuman penghangat tubuh. Selain itu bagi responden yang tidak berminat juga menyampaikan alasan, berikut merupakan alasan responden yang tidak berminat membeli.

Tabel I.2 Alasan Responden Tidak Berminat Membeli

No.	Alasan	Frekuensi
1	Kurang Manis	2
2	Memiliki bau yang kurang sedap	3
3	Variasi rasa yang sedikit	2
4	Harga yang tidak sesuai	3
5	Lebih menyukai susu kedelai kemasan	3
6	Kemasan yang kurang menarik	2

Terdapat 6 alasan yang diberikan responden untuk tidak berminat membeli. Keenam alasan tersebut adalah karena rasa yang kurang manis,

memiliki bau yang kurang sedap, variasi rasa atau menu yang sedikit, harga yang cukup tinggi untuk susu kedelai, lebih menyukai susu kedelai kemasan, dan kemasan yang kurang menarik. Diketahui dari wawancara untuk alasan memiliki bau yang kurang sedap tidak selalu terjadi. Untuk responden yang memiliki alasan lebih menyukai susu kedelai kemasan karena dinilai praktis untuk dibawa pulang dan diminum di rumah.

Untuk memahami lebih lanjut hal yang dijadikan konsumen dalam pertimbangan membeli minuman. Diberikan pertanyaan kepada responden yaitu faktor apa yang membuat konsumen berminat dalam membeli minuman di kios minuman. Berikut merupakan data yang didapat dari hasil wawancara.

Tabel 1.3 Pertimbangan Responden Dalam Membeli Di Kios Minuman

Nomor	Faktor	Frekuensi
1	Rasa	19
2	Harga	17
3	Kebersihan	15
4	Kemasan	13
5	Aroma	12
6	Promo	12
7	Variasi Menu	8
8	Lingkungan Berjualan	2

Pada Tabel 3 didapati 8 faktor pertimbangan konsumen dalam membeli minuman. Faktor dengan frekuensi terbanyak yang menjadi pertimbangan konsumen adalah faktor rasa. Faktor - faktor lain yang berpengaruh pada minat membeli konsumen adalah aroma, harga, kebersihan, kemasan, promo, variasi menu dan lingkungan berjualan

Pada faktor rasa yang disebutkan responden faktor rasa merupakan faktor penentu yang diutamakan dalam membeli minuman. Menurut responden jika minuman memiliki rasa adalah faktor utama yang dijadikan pertimbangan. Menurut beberapa responden disampaikan bahwa faktor rasa dapat menutupi kekurangan faktor lainnya.

Faktor kedua yang tidak kalah penting sebagai pertimbangan konsumen

adalah faktor harga. Faktor harga disampaikan oleh responden karena dengan harga yang wajar responden tertarik untuk membeli. Selain itu perbandingan harga dengan produk atau tipe minuman yang sama juga menjadi pertimbangan konsumen.

Faktor ketiga yang dijadikan pertimbangan konsumen dalam membeli minuman adalah kebersihan. Menurut beberapa responden faktor kebersihan dapat dilihat dari penjual dan tempat berjualan yang bersih. Menurut responden dengan penampilan penjual yang bersih dan tempat berjualan yang bersih akan meningkatkan minat beli responden. Selain itu menurut responden kebersihan juga dapat dilihat dari cara penyajian dan pembuatan minuman.

Faktor keempat yang dijadikan pertimbangan konsumen dalam membeli minuman adalah kemasan. Menurut konsumen kemasan yang dibuat oleh *brand* minuman sendiri akan meningkatkan pertimbangan untuk membeli minuman tersebut. Selain itu kemasan yang kuat dan tidak mudah berubah bentuk juga lebih disukai oleh konsumen.

Faktor kelima yang cukup berpengaruh pada faktor pertimbangan konsumen dalam membeli minuman adalah aroma. Menurut beberapa orang, aroma minuman yang terlalu menyengat atau tidak familiar membuat selera untuk meminum responden berkurang. Di sisi lain minuman yang memiliki aroma yang menarik atau menggugah selera akan meningkatkan pertimbangan konsumen untuk membeli atau mencoba minuman tersebut.

Faktor - faktor lain yang dijadikan konsumen sebagai pertimbangan membeli minuman adalah promo, variasi menu, dan lingkungan berjualan. Untuk faktor promo responden berpendapat bahwa potongan harga atau paket promo dapat menjadi pertimbangan. Pada faktor variasi menu yang disampaikan oleh responden, dengan variasi menu yang beragam responden memiliki opsi yang lebih banyak sehingga konsumen dapat mencoba menu yang menarik. Terakhir pada faktor lingkungan berjualan, lingkungan berjualan yang dimaksud merupakan lokasi lingkungan berjualan seperti di ruko, pinggir jalan atau *food court*. Dimana responden menyampaikan bahwa lokasi yang tidak kumuh dan terawat dapat dijadikan pertimbangan konsumen.

Faktor cita rasa yang berpengaruh pada minat beli konsumen didukung dengan penelitian terdahulu. Yusuf, Sentosa, dan Marnis (2021), melakukan penelitian mengenai pengaruh gaya hidup, cita rasa, dan lokasi terhadap minat

beli konsumen Kopi Pulu Basuki Rachmat. Dari hasil penelitian yang didapat diketahui secara statistik ketiga variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen baik secara simultan atau parsial.

Faktor harga yang berpengaruh pada minat beli konsumen didukung dengan penelitian terdahulu. Aditya dan Imanuel (2019), melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli calon konsumen Kios Cucu. Persepsi harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga, dan harga yang kompetitif secara signifikan mempengaruhi minat beli konsumen. Selain dapat berdampak pada minat beli persepsi harga juga dapat berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Jayadiputra dan Limantoro (2016), ketika konsumen remaja makan di *food court* atau *fast food* restaurants, lingkungan fisik dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan remaja.

Saputra, Mulyati, dan Andayani. (2015), melakukan penelitian analisis pengaruh variasi produk terhadap minat beli konsumen *ice cream* Zangrandi di Surabaya. Variasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Variasi produk dapat berupa variasi warna dan rasa. Hal tersebut dikarenakan pertimbangan konsumen dalam memilih variasi tertentu yaitu warna dan rasa.

Dari hasil uraian di atas terdapat beragam faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli di kios minuman. Dimana cita rasa dan harga menjadi faktor yang paling banyak dimiliki oleh responden. Selain itu dugaan pemilik mengenai berkurangnya minat beli konsumen berkorelasi dengan hasil pernyataan wawancara responden. Faktor – faktor tersebut kemudian didukung dengan terdapat penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Oleh karena hal tersebut dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk menverifikasi faktor – faktor yang berpengaruh terhadap minat beli minuman di kios atau *booth* minuman.

Dari wawancara dengan pemilik yang menduga bahwa terdapat penurunan minat beli pada kedai minuman Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 dan didukung dengan hasil wawancara dengan responden. Dimana responden yang memberikan informasi merupakan orang yang terbiasa atau suka dengan produk susu kedelai namun tidak berminat dengan produk Susu Kedelai Cab. Gatsu 32. Oleh karena itu diketahui bahwa terdapat permasalahan minat beli pada Susu

Kedelai Cab. Gatsu 32. Oleh karena itu diharapkan dapat diberikan usulan perbaikan untuk mengatasi permasalahan yang ada untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan pengamatan dan identifikasi masalah yang dilakukan didapatkan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa faktor - faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam membeli di kios minuman?
2. Bagaimana usulan perbaikan yang tepat untuk Kios Minuman Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 berdasarkan faktor - faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada penelitian kali ini diberikan batasan dan asumsi penelitian yang ditujukan untuk membantu penelitian. Batasan penelitian diberikan untuk membatasi cakupan area penelitian yang akan dilakukan. Berikut merupakan batasan penelitian yang dimiliki pada penelitian ini.

1. Perbaikan masalah hanya berfokus pada cabang Paskal Food Market.
2. Penelitian hanya dilakukan sampai tahap rekomendasi.

Selain pembatasan masalah yang diberikan, terdapat asumsi penelitian yang diberikan. Asumsi penelitian diberikan untuk mempermudah penelitian yang dilakukan. Adapun asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah pemilik tidak melakukan perubahan yang signifikan pada Kios Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 Paskal Food Market selama penelitian dilakukan.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan pada sub bab sebelumnya, maka dapat diberikan tujuan penelitian pada penelitian ini. Berikut merupakan tujuan penelitian dari penelitian ini.

1. Mengetahui variabel - variabel yang mempengaruhi minat konsumen dalam membeli di kios minuman.
2. Mengetahui usulan perbaikan yang tepat untuk Kios Minuman Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 berdasarkan faktor - faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

I.5 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini selain ditujukan untuk memperbaiki masalah yang ada dan mencapai tujuan penelitian. Penelitian harus berdampak dan bermanfaat bagi pemilik, penulis dan pembaca. Berikut merupakan manfaat yang didapat dari penelitian untuk pemilik, penulis dan pembaca.

1. UMKM Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 sebagai pemilik masalah dapat mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli susu kedelai
2. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli susu kedelai, pemilik dapat mempertimbangkan atau menggunakan usulan dari hasil penelitian
3. Usulan yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan penjualan Susu Kedelai
4. Penelitian diharapkan memberikan wawasan kepada pembaca
5. Penelitian dapat dijadikan referensi pembaca atau penelitian selanjutnya.
6. Peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang dimiliki dalam mengatasi permasalahan yang ada pada dunia nyata.

I.6 Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian dibutuhkan metode penelitian, metode penelitian ditujukan untuk mengetahui tahapan yang dibutuhkan selama penelitian. Dengan terdapat metode penelitian langkah - langkah yang dibutuhkan akan lebih jelas. Berikut merupakan penjelasan langkah penelitian dan gambar metode penelitian.

1. Penentuan Objek dan Penelitian
Pada tahap ini dilakukan penentuan objek penelitian yaitu Susu Kedelai Cab. Gatsu 32 yang berada di Paskal Food Market. Objek penelitian yang telah ditentukan dilakukan pencarian permasalahan yang dimiliki oleh objek penelitian.
2. Penelitian awal
Objek penelitian yang telah ditentukan dilakukan penelitian awal dengan cara observasi tempat usaha dan wawancara dengan pemilik. Dari hasil

wawancara dan observasi yang dilakukan didapati permasalahan yang dimiliki oleh objek penelitian. Dari hasil permasalahan yang ada dilakukan studi literatur untuk menentukan pendekatan metode yang akan digunakan pada permasalahan yang ada.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada tahap ini ditujukan untuk mengetahui penyebab permasalahan yang ada. Untuk mendukung penyebab permasalahan yang ada dilakukan penyebaran kuesioner. Dari hasil identifikasi masalah yang dilakukan dibuat rumusan masalah yang pada akhir penelitian akan mengatasi permasalahan.

4. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian

Tahap penentuan batasan dan asumsi penelitian dilakukan untuk memfokuskan penelitian terhadap permasalahan yang akan diselesaikan. Hal tersebut akan mendukung usulan perbaikan yang diberikan agar lebih tepat sasaran.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian didapatkan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan. Manfaat penelitian ditujukan untuk mengetahui dampak yang dapat diberikan dari hasil penelitian.

6. Tinjauan Pustaka

Pada tahap ini merupakan proses pengumpulan teori dan jurnal ilmiah yang telah diuji. Pengumpulan teori dan jurnal ilmiah ditujukan agar penelitian memiliki dasar yang kuat yang dapat dipertanggung jawabkan. Teori yang dikumpulkan merupakan minat beli konsumen, faktor yang mempengaruhi keputusan membeli, metode sampling, metode analisis multivariat (PLS-SEM).

7. Model Penelitian

Tahap ini merupakan proses pengembangan model minat beli yang dilakukan berdasarkan faktor - faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen

8. Penyusunan Kuesioner

Pada tahap ini dilakukan penyusunan kuesioner yang sesuai untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk parameter atau tolak ukur

penelitian.

9. Penyebaran Kuesioner

Setelah penyusunan kuesioner selesai dilakukan penyebaran kuesioner pada tahap ini untuk mendapatkan data dari responden.

10. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas. pengujian ditujukan untuk mengetahui data yang didapatkan dari hasil kuesioner valid dan reliabel.

11. Evaluasi Model Struktural

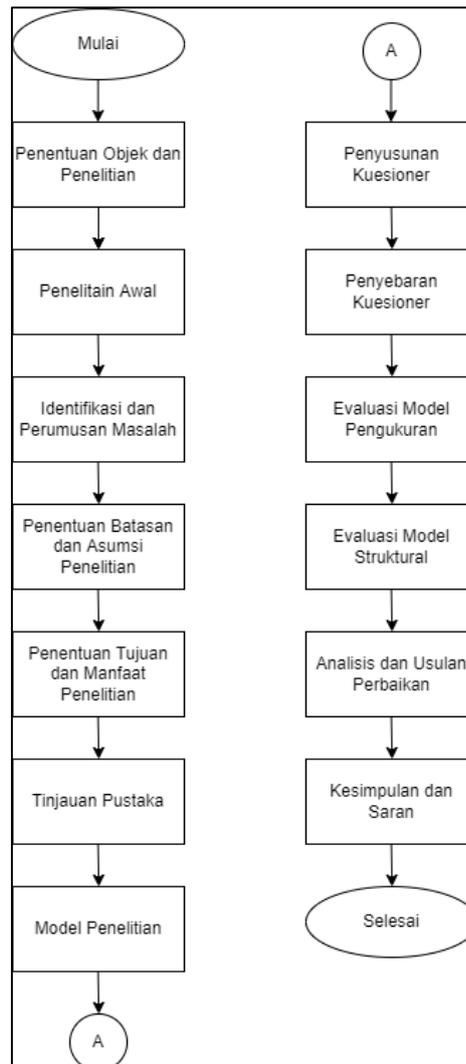
Pada tahap ini akan dilakukan pengolahan terhadap data yang telah valid dan reliabel. Data tersebut akan diolah dengan metode multivariat untuk mengetahui faktor atau variabel yang mempengaruhi minat beli susu kedelai.

12. Analisis dan Usulan Perbaikan

Dari hasil pengolahan data yang dihasilkan dilakukan analisis mengenai faktor yang mempengaruhi minat beli susu kedelai. Setelah diketahui faktor yang berpengaruh akan dilakukan usulan perbaikan yang diajukan. Untuk menentukan prioritas perbaikan digunakan *importance performance map analysis*.

13. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir diberikan kesimpulan untuk menjawab rumusan dan tujuan masalah yang telah ditentukan. Untuk memberikan masukan pada penelitian yang akan dilakukan selanjutnya akan diberikan saran untuk dapat membantu penelitian selanjutnya.



Gambar 5 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Pada sub bab ini akan dibahas mengenai tahapan – tahapan penulisan pada penelitian yang dilakukan. Pada sistematika penulisan penelitian ini terdapat lima bab yang akan diuraikan yaitu, pendahuluan, tinjauan penelitian, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan mengenai sistematika penulisan pada penelitian ini.

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini akan dibahas mengenai pendahuluan penelitian. Pendahuluan penelitian terdiri dari latar belakang, identifikasi dan rumusan

masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai studi literatur yang mendukung penelitian ini. Penjelasan mengenai studi literatur ditujukan sebagai dasar atau referensi dalam penelitian. Pemahaman mengenai studi literatur yang baik akan membuat penelitian memiliki pedoman atau dasar konsep dan metodologi yang baik.

Bab III Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai model penelitian, pengumpulan data dan pengujian model penelitian. Pada model penelitian akan dijelaskan mengenai variabel yang akan digunakan pada penelitian. Pengumpulan data akan menjelaskan mengenai pembuatan kuesioner, pengujian kuesioner dan penyebaran kuesioner. Terakhir pada bab ini akan dibahas mengenai pengujian data yang dihasilkan dari kuesioner dimana data akan diuji validitas dan reliabilitas serta pengujian model struktural.

Bab IV Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai analisis terhadap data yang didapatkan dan hasil pengolahan data yang dilakukan. Dari hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan didapatkan penjelasan mengenai usulan perbaikan yang akan diuraikan pada bab ini.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada Bab ini akan dijabarkan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari menjawab rumusan masalah penelitian. Dijabarkan juga mengenai saran yang ditujukan untuk memperbaiki atau mengatasi masalah yang ada pada penelitian untuk bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.