

**UPAYA PERBAIKAN DI BENGKEL AHASS WIJAYA
ABADI BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI *REVISIT INTENTION***

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Josephine Elisa Chairunas
NPM : 6131801108



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

***IMPROVEMENTS PROPOSAL AT
WORKSHOP AHASS WIJAYA ABADI BASED ON
FACTORS AFFECTING THE REVISIT INTENTION***

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Josephine Elisa Chairunas
NPM : 6131801108



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Josephine Elisa Chairunas
NPM : 6131801108
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN DI BENGKEL AHASS WIJAYA
ABADI BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI *REVISIT INTENTION*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 10 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 : Josephine Elisa Chairunas

NPM : 6131801108

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**USULAN PERBAIKAN DI BENGKEL AHASS WIJAYA ABADI BERDASARKAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *REVISIT INTENTION***

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, 01 Agustus 2022

Josephine Elisa Chairunas

NPM : 6131801108

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi nasional serta peningkatan jumlah penduduk di suatu negara memberikan dampak untuk permintaan akan suatu produk barang dan jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat sesuai dengan keinginan beserta harapan dari konsumen. manusia memiliki kebutuhan akan mobilitas yang meningkat dan menyebabkan perkembangan kendaraan bermotor dari tahun ke tahun mengalami kemajuan yang pesat. Semakin hari, makin banyak jumlah bengkel yang berdiri dan konsumen mulai selektif dalam memilih bengkel motor, dengan harapan mendapatkan hasil yang terbaik sesuai dengan yang konsumen ekspektasikan. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan secara tidak langsung dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar mendapatkan *positioning* atau penempatan dalam benak konsumen. Terjadi ketidakcapaian target pendapatan yang dialami oleh AHASS Wijaya Abadi pada tahun 2021. Hal ini diduga akibat kurangnya minat beli ulang konsumen. Oleh sebab itu, maka dapat dikatakan bahwa masalah utama AHASS Wijaya Abadi adalah minat beli ulang yang rendah. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat beli ulang untuk meningkatkan *revisit intention* di AHASS Wijaya Abadi serta usulan-usulan apa saja yang dapat diberikan untuk meningkatkan *revisit intention*. Dilakukan penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat beli ulang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 114 responden dan hanya terdapat 105 responden yang pernah mengunjungi bengkel motor di Kota/Kabupaten Garut untuk melakukan servis motor. Dalam pembuatan model penelitian terdapat variabel *intervening*, yaitu kepuasan pelanggan. Model penelitian yang digunakan merupakan pengembangan model dari model terdahulu. Kemudian, seluruh data yang telah terkumpul diolah dengan menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan Aplikasi Smart-PLS. Terdapat dua buah hipotesis yang ditolak dan berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, diperoleh dua variabel yang berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang, yaitu harga dan kepuasan pelanggan. Setelah diketahui variabel-variabel yang memengaruhi minat datang kembali, kemudian dilakukan usulan terhadap kedua variabel tersebut. Dalam menentukan usulan perbaikan dan pengaplikasian usulan perbaikan, maka dilakukan diskusi dengan pemilik AHASS Wijaya Abadi selaku *problem owner*.

ABSTRACT

National economic growth and the increase in population in a country have an impact on the demand for a product of goods and services. Therefore, companies must be able to provide goods and services needed by the community in accordance with the wishes and expectations of consumers. Humans have a need for increased mobility and cause the development of motorized vehicles from year to year to experience rapid progress. Day by day, more and more workshops are being established and consumers are starting to be selective in choosing motorcycle repair shops, with the hope of getting the best results according to what consumers expect. Based on this, the company is indirectly required to have the right strategy in order to get positioning or placement in the minds of consumers. AHASS Wijaya Abadi did not achieve the revenue target in 2021. This was allegedly due to a lack of consumer repurchase interest. Therefore, it can be said that the main problem of AHASS Wijaya Abadi is low repurchase interest. Thus, this study aims to determine what factors influence repurchase intention to increase revisit intention at AHASS Wijaya Abadi and what suggestions can be given to increase revisit intention. Research was conducted to identify the factors that influence repurchase interest. Data was collected by distributing questionnaires to 114 respondents and there were only 105 respondents who had visited a motorcycle repair shop in Garut City/Regency to perform motorcycle service. In making the research model there is an intervening variable, namely customer satisfaction. The research model used is a model development from the previous model. Then, all the data that has been collected is processed using the PLS-SEM method with the help of the Smart-PLS Application. There are two rejected hypotheses and based on the results of data processing carried out, two variables that have a positive effect on repurchase interest are obtained, namely price and customer satisfaction. After knowing the variables that affect interest in coming back, then a proposal is made for the two variables. In determining the proposed improvement and the application of the proposed improvement, a discussion was held with the owner of AHASS Wijaya Abadi as the problem owner.

KATA PENGANTAR

Terima kasih dan puji syukur diucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih karunia, berkat dan rahmatNya yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan di Bengkel AHASS Wijaya Abadi Berdasarkan Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Revisit Intention*” berlangsung sampai skripsi dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi dilakukan untuk memenuhi syarat mencapai kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dukungan (materil, mental dan doa) dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak akan dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung membantu selama skripsi ini berjalan kepada:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, saran, ilmu dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Ibu Cherish Rikardo, S.T., M.T. selaku dosen penguji siding proposal skripsi yang telah memberikan saran, masukan dan kritik bagi penulis dalam penyusunan skripsi.
3. Pemilik AHASS Wijaya Abadi yang telah memberikan waktu, kesempatan, informasi, ijin dan ilmu kepada penulis dalam melakukan penelitian skripsi
4. Keluarga dari penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa demi keberhasilan dan penyelesaian skripsi dengan baik
5. Yogi Suyanto, S.E., M.Ak., selaku teman dekat yang telah memberikan dukungan, arahan, masukan dan semangat kepada penulis dari awal hingga penyelesaian skripsi dilakukan
6. Pamela Valencia, S.T., Kevin Andreas, Vannia Ignashia, S.T., Alodia Moulita, Darren Adwitya, Jessica Mayagita, Stanislaus Krisna, Ruth

- Theodora, Lianching Christiane, S.T., Theofilus Calvin dan Ryan Athalla selaku sahabat dan teman sekelompok selama masa perkuliahan
7. Bob Abraham, S.M., Monica Tarigan, S.Psi selaku sahabat diluar lingkungan UNPAR yang telah memberikan dukungan, doa, semangat dan masukan selama penyusunan skripsi berlangsung
 8. Andrian Hans, Jeremy Leonardo, Gerardus Aditya, Gabrielle Lysandra, Amanda Kusuma, selaku teman seperjuangan dan bimbingan yang selalu memberikan dukungan, bantuan, saran, informasi dan motivasi selama penyusunan skripsi berlangsung
 9. Responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner di dalam penelitian
 10. Teman-teman kelas D Angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi
 11. Pihak-pihak terkait lainnya yang tidak dapat dituliskan namanya satu persatu yang telah membantu dan mendukung kegiatan penyelesaian skripsi

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan di dalam penelitian skripsi. Oleh karena itu, penulis menerima kritik ataupun saran dari pembaca yang akan sangat berharga dan bermanfaat bagi penelitian penulis. Dengan adanya kritik dan saran, maka penulis akan mencoba untuk lebih mengembangkan kemampuan dari yang penulis miliki. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, 8 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-13
I.4 Tujuan Penelitian	I-13
I.5 Manfaat Penelitian	I-13
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-14
I.7 Sistematika Penulisan	I-17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Minat Beli	II-1
II.2 <i>Revisit Intention</i>	II-2
II.2.1 Minat Beli Ulang.....	II-2
II.2.2 Model Minat Beli Ulang Terdahulu	II-3
II.2.2.1 Maslichan (2012).....	II-3
II.2.2.2 Olive, et al. (2022)	II-4
II.3 Perilaku Konsumen	II-5
II.4 Faktor yang Memengaruhi Minat Pembelian Ulang	II-8
II.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	II-8
II.6 Jenis dan Sumber Data.....	II-12
II.7 Teknik Pengumpulan Data	II-13
II.8 Variabel Penelitian	II-14
II.9 Ukuran Sampel	II-14
II.10 SEM.....	II-15

II.10.1	PLS-SEM	II-18
II.10.2	Evaluasi Model PLS-SEM	II-18
II.10.2.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	II-18
II.10.2.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	II-19
BAB III	MODEL PENELITIAN DAN PENGUJIAN	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	III-10
III.3.2	<i>Pre-test</i> Kuesioner	III-12
III.3.3	Penyebaran Kuesioner.....	III-14
III.4	Pengolahan Data	III-15
III.4.1	Profil Responden	III-15
III.4.2	Evaluasi Model Penelitian	III-17
III.4.2.1	Evaluasi Model Penelitian Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	III-20
III.4.2.2	Evaluasi Model Penelitian Struktural (<i>Inner Model</i>).....	III-26
III.5	Minat Datang Kembali di AHASS Wijaya Abadi.....	III-30
BAB IV	ANALISIS	IV-1
IV.1	Analisis Profil Responden.....	IV-1
IV.2	Analisis Hasil Uji Hipotesis	IV-3
IV.4	Usulan Perbaikan Minat Datang Kembali	IV-6
IV.4.1	Usulan Perbaikan Harga.....	IV-8
IV.4.2	Usulan Perbaikan Kepuasan Pelanggan	IV-11
IV.4.3	Rekapitulasi dan Evaluasi Usulan Perbaikan.....	IV-115
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	IV-1
IV.1	Kesimpulan	IV-1
IV.2	Saran	IV-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Unit Entry (Motor yang Dilayani) Tahun 2021	I-4
Tabel I.2	Frekuensi Kedatangan Konsumen ke AHASS Wijaya Abadi	I-6
Tabel I.3	Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen untuk Datang Kembali.....	I-8
Tabel I.4	Rekapitulasi Alasan Responden untuk Berminat Datang Kembali.....	I-8
Tabel I.5	Jumlah Motor Masuk di Bengkel Motor Lainnya.....	I-9
Tabel III.1	Pengembangan Model.....	III-2
Tabel III.2	Operasionalisasi Variabel.....	III-7
Tabel III.3	Hasil <i>Pre-Test</i> Kuesioner	III-12
Tabel III.4	Profil Responden	III-16
Tabel III.5	Variabel dan Indikator	III-18
Tabel III.6	Nilai <i>Composite Reliability</i> Awal	III-20
Tabel III.7	Nilai <i>Outer Loadings</i> Awal	III-21
Tabel III.8	Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Awal.....	III-22
Tabel III.9	Nilai <i>Outer Loadings</i> Setelah Penghapusan KC1	III-22
Tabel III.10	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Akhir	III-23
Tabel III.11	Nilai <i>Composite Reliability</i> Akhir.....	III-24
Tabel III.12	Rekapitulasi Nilai <i>Composite Reliability</i> dan AVE Akhir.....	III-25
Tabel III.13	Nilai <i>Cross Loadings</i>	III-26
Tabel III.14	Nilai <i>Inner Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	III-27
Tabel III.15	Nilai <i>Path Coefficients</i> Dan Signifikansi Masing-Masing Variabel	III-28
Tabel III.16	<i>Total Effects</i>	III-29
Tabel III.17	Nilai <i>coefficient of determination</i> (R^2)	III-30
Tabel III.18	Nilai Rata-Rata Variabel di AHASS Wijaya Abadi	III-31
Tabel IV.1	Progress Penentuan Usulan Perbaikan Indikator H1	IV-9
Tabel IV.2	Progress Penentuan Usulan Perbaikan Indikator H2	IV-10
Tabel IV.3	Progress Penentuan Usulan Perbaikan Indikator H3	IV-11
Tabel IV.4	Progress Penentuan Usulan Perbaikan Indikator KPEL1.....	IV-12
Tabel IV.5	Progress Penentuan Usulan Perbaikan Indikator KPEL2.....	IV-14
Tabel IV.6	Progress Penentuan Usulan Perbaikan Indikator KPEL3.....	IV-15
Tabel IV.7	Rekapitulasi dan Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-16

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Tampak Depan AHASS Wijaya Abadi Garut	I-2
Gambar I.2	Situasi AHASS Wijaya Abadi Garut.....	I-3
Gambar I.3	Media Sosial AHASS Wijaya Abadi Garut	I-3
Gambar I.4	Pendapatan AHASS Wijaya Abadi Tahun 2021	I-4
Gambar I.5	Jumlah Responden AHASS Wijaya Abadi.....	I-7
Gambar I.6	Minat Responden untuk Kembali ke AHASS Wijaya Abadi Garut.	I-7
Gambar I.7	Metodologi Penelitian	I-17
Gambar II.1	Penelitian Maslichan (2012)	II-4
Gambar II.2	Penelitian Olive, et al. (2022)	II-5
Gambar II.3	Model Jalur Sederhana PLS-SEM.....	II-17
Gambar III.1	Model Penelitian.....	III-6
Gambar III.2	Model Penelitian pada SmartPLS Awal	III-18
Gambar III.3	Model Penelitian pada SmartPLS Akhir	III-24
Gambar IV.1	Usulan Promosi Harga.....	IV-9
Gambar IV.2	Usulan Selebaran Keaslian Produk.....	IV-10
Gambar IV.3	Selebaran Edukasi Transparansi Servis di AHASS.....	IV-11
Gambar IV.4	Melayani Konsumen Sesuai Kebutuhannya.....	IV-13
Gambar IV.5	<i>Follow Up Chat</i> Konsumen	IV-14
Gambar IV.6	<i>Follow Up Chat</i> Konsumen (2)	IV-15

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A WAWANCARA MENGENAI MINAT DATANG KEMBALI KE AHASS WIJAYA ABADI GARUT	A-1
LAMPIRAN B KUESIONER PENELITIAN.....	B-1
LAMPIRAN B KUESIONER PENELITIAN.....	C-1

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini akan berisikan mengenai pendahuluan untuk upaya meningkatkan revisit intention di AHASS Wijaya Abadi berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang konsumen. Pada bagian pendahuluan akan dibahas mengenai tujuh poin penting, yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan. Latar belakang masalah membahas mengenai dasar dilakikannya penelitian dan dijadikan sebagai acuan untuk melakukan identifikasi masalah, kemudian perumusan masalah. Tujuan penelitian merupakan hal-hal yang diharapkan tercapai dengan adanya kegiatan penelitian. Penjelasan mengenai tujuh poin penting dalam pendahuluan akan dibahas pada sub-bab sub-bab berikut.

I.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi nasional serta peningkatan jumlah penduduk di suatu negara memberikan dampak untuk permintaan akan suatu produk barang dan jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat sesuai dengan keinginan beserta harapan dari konsumen. Kondisi ini memberikan peluang yang cukup besar untuk investor guna menanamkan modal dan membangun usaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Selain itu, kondisi tersebut diantisipasi oleh investor untuk membangun perusahaan dengan memberikan kualitas produk dan pelayanan jasa yang terbaik.

Menurut Saputra, Yudhi, et al. (2016), manusia memiliki kebutuhan akan mobilitas yang meningkat dan menyebabkan perkembangan kendaraan bermotor dari tahun ke tahun mengalami kemajuan yang pesat. Dampak dari keinginan untuk melakukan aktivitas secara cepat dan efisien, maka kendaraan pribadi merupakan pilihan yang tepat dan dalam berkendara, kondisi kendaraan harus selalu dalam keadaan yang baik. Agar kendaraan selalu dalam keadaan baik, diperlukan perawatan dan servis berkala. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan jasa bengkel. Keberadaan bengkel tidak dapat dipisahkan dengan kendaraannya, di

mana pelayanan jasa bengkel pada bengkel resmi akan menjadi suatu jaminan terhadap suatu merek motor tertentu agar tetap diminati oleh konsumen sehingga setiap bengkel motor dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik.

Semakin hari, makin banyak jumlah bengkel yang berdiri dan konsumen mulai selektif dalam memilih bengkel motor, dengan harapan mendapatkan hasil yang terbaik sesuai dengan yang konsumen ekspektasikan. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan secara tidak langsung dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar mendapatkan *positioning* atau penempatan dalam benak konsumen. Dalam bidang pelayanan jasa, maka perusahaan diwajibkan memiliki berbagai cara untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memiliki kesan yang baik di mata konsumen. Dengan adanya persaingan ini, maka perusahaan-perusahaan otomotif akan lebih efektif dalam memberikan pelayanan purna jual, seperti jasa servis kendaraan dan penjualan suku cadang orsinil.

Terdapat berbagai macam bengkel yang berdiri, yaitu bengkel resmi dan bengkel umum. AHASS Wijaya Abadi merupakan bengkel resmi sepeda motor honda yang berdiri sejak tahun 2004 hingga sekarang dan berlokasi di Jalan Raya Wanaraja 331, Garut, Jawa Barat yang menawarkan pelayanan jasa servis sepeda motor dan penjualan suku cadang orsinil HONDA. Selain itu, terdapat 17 AHASS yang berlokasi di Garut selain AHASS Wijaya Abadi yang tersebar di berbagai wilayah di Kota Garut.



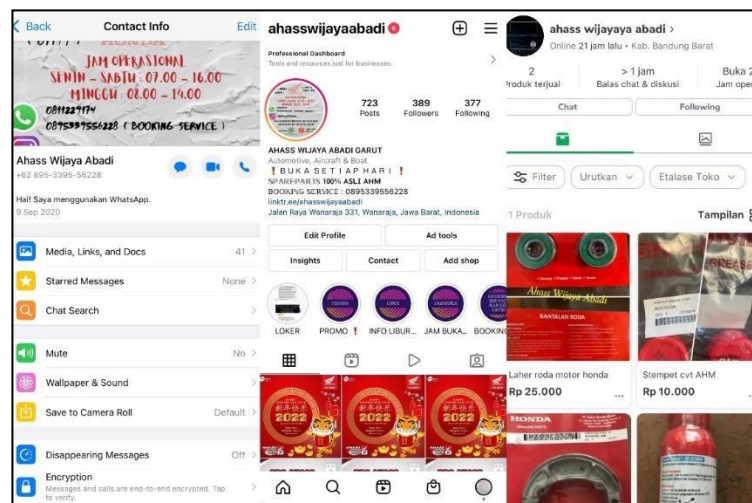
Gambar 1.1 Tampak Depan AHASS Wijaya Abadi Garut

Setiap harinya, AHASS Wijaya Abadi buka pada pukul 07.00 dan tutup pada pukul 16.00. Suku cadang yang ditawarkan memiliki harga yang bervariasi tergantung dengan jenis motor, barang dan kelangkaan barang tersebut. AHASS Wijaya Abadi memiliki 8 orang pegawai (satu orang kasir, satu orang CRM, satu orang kepala bengkel, satu orang kepala mekanik, satu orang service advisor dan tiga orang mekanik).



Gambar I.2 Situasi AHASS Wijaya Abadi Garut

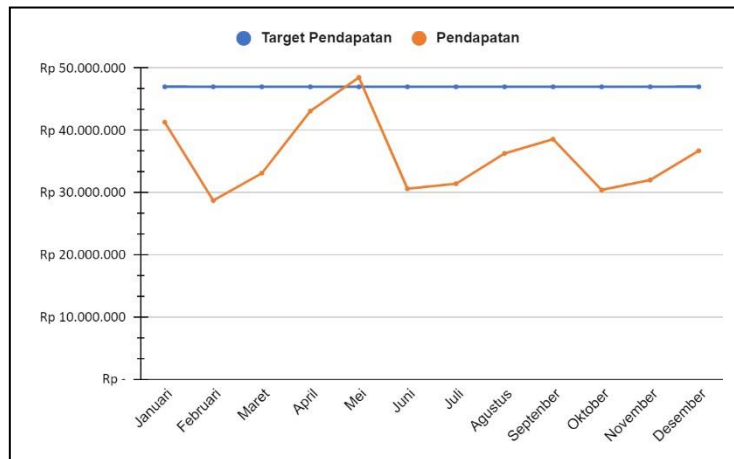
Selain itu, AHASS Wijaya Abadi memiliki akun media sosial, seperti WhatsApp dan Instagram yang dapat digunakan sebagai sarana untuk *booking service*. Terdapat juga toko online yang berada di Tokopedia untuk memasarkan suku cadang secara online.



Gambar I.3 Media Sosial AHASS Wijaya Abadi Garut

Berdasarkan dengan hasil wawancara dengan pemilik, terjadi ketidakcapaian target pendapatan pada tahun 2021. Target yang ditentukan oleh

pemilik adalah sebesar Rp. 47.000.000, - setiap bulannya dan sama untuk periode setahun. Menurut pemilik, target yang ditentukan merupakan target internal yang ditentukan sendiri oleh pemilik berdasarkan dengan faktor keuntungan yang ingin didapatkan, penjualan dari tahun-tahun sebelumnya dan pembelian barang. Gambar 4 akan menunjukkan tidak tercapainya target pendapatan selama tahun 2021.



Gambar I.4 Pendapatan AHASS Wijaya Abadi Tahun 2021

Berdasarkan gambar, terlihat bahwa hanya pada Bulan Mei, di mana target pendapatan yang ditentukan dapat dipenuhi. Pendapatan terendah terdapat pada Bulan Juni dan menurun drastis jika dibandingkan dengan Bulan Mei. Berdasarkan Gambar I.2 pun dapat dilihat bahwa Bulan Oktober mengalami penurunan pendapatan. Target pendapatan sebesar Rp. 47.000.000 yang ditetapkan oleh pemilik hanya tercapai pada Bulan Mei.

Unit entry merupakan banyaknya jumlah motor yang masuk setiap bulannya untuk dilakukan perawatan di AHASS Wijaya Abadi. Tabel 1 menunjukkan jumlah *unit entry* yang masuk ke AHASS Wijaya Abadi pada tahun 2021. Berdasarkan pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa jumlah *unit entry* tertinggi terdapat pada Bulan Mei dan terendah pada Bulan Juli, yaitu sejumlah 467 motor. Kemudian, pemilik mengharapkan dapat meningkatkan pendapatan agar mencapai target pendapatan yang telah ditentukan sebelumnya dan jumlah motor yang masuk ke AHASS Wijaya Abadi.

Tabel I.1 Jumlah Unit Entry (Motor yang Dilayani) Tahun 2021

No.	Bulan	Jumlah <i>Unit Entry</i> (Motor yang Masuk)
1	Januari	613

(lanjut)

I.1 Jumlah Unit Entry (Motor yang Dilayani) Tahun 2021 (lanjutan)

No.	Bulan	Jumlah <i>Unit Entry</i> (Motor yang Masuk)
2	Februari	434
3	Maret	559
4	April	653
5	Mei	691
6	Juni	535
7	Juli	467
8	Agustus	546
9	September	486
10	Oktober	493
11	November	536
12	Desember	588

Berdasarkan Tabel I.1, terlihat bahwa terdapat penurunan jumlah *unit entry* yang masuk dan target pendapatan yang tidak terpenuhi di AHASS Wijaya Abadi. Apabila kondisi seperti ini dibiarkan terus menerus, maka akan berdampak negatif terhadap kelangsungan bisnis AHASS Wijaya Abadi. Oleh karena itu, perlu dilakukan tindak lanjutan agar masalah tersebut dapat diatasi.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Untuk mencari penyebab permasalahan tersebut terjadi, maka langkah awal yang dilakukan adalah melakukan wawancara dengan pemilik AHASS Wijaya Abadi untuk mengetahui alasan target tidak tercapai. Menurut wawancara awal dengan pemilik, target pendapatan di AHASS Wijaya Abadi tidak tercapai dikarenakan terdapat rendahnya *revisit intention*. Pemilik masih belum mengetahui cara yang pasti dan pas untuk mempertahankan konsumen yang datang ke AHASS Wijaya Abadi yang dapat berakibat pada tidak tercapainya target di AHASS Wijaya Abadi.

Selain itu, dilakukan juga wawancara untuk mengetahui upaya-upaya yang telah dilakukan untuk memenuhi target pendapatan. Pemilik mengatakan bahwa sebelumnya tidak dilakukan beberapa kegiatan yang memikat hati konsumen, seperti kegiatan promosi mengenai AHASS, pemberian *service reminder*, *reward* bagi konsumen yang loyal, dan lain lain. Beberapa bulan terakhir, pemilik telah menginstruksikan kepada karyawannya untuk melakukan hal-hal tersebut untuk menarik hati konsumen. Namun, kegiatan tersebut belum membuahkan hasil. Kemudian, dikarenakan tahun 2021 telah terjadi pandemi Covid-19, maka pemilik

menerapkan protokol kesehatan seperti *social distancing*, memakai masker, mencuci tangan sebelum masuk ke area AHASS dan mengecek suhu tubuh konsumen. Lagi-lagi, belum membuahkan hasil.

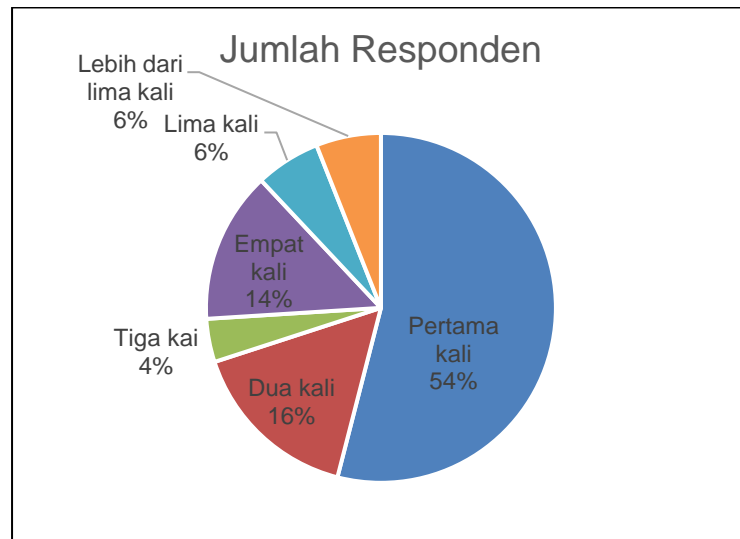
Hal ini tentu menyebabkan kerugian bagi pemilik, pemilik awalnya menetapkan target pendapatan sebesar Rp. 47.000.000 per bulan, untuk sekarang apabila AHASS Wijaya Abadi mendapatkan pendapatan sebesar Rp 1.000.000 per harinya dapat dikatakan telah cukup baik. Dikarenakan, pendapatan tersebut hanya cukup untuk biaya operasional, gaji karyawan, pembelian barang, dan lain lain. Sistem kerja karyawan di AHASS Wijaya Abadi pun berjenis shift, di mana setiap karyawan hanya masuk tiga hari dari enam hari kerja (kecuali Hari Minggu). Pemilik belum memiliki ide lain untuk meningkatkan pendapatan dan untuk saat ini pemilik ingin mempertahankan usahanya dan memperbaiki sedikit demi sedikit.

Kegiatan wawancara tidak hanya dilakukan kepada pemilik, namun terhadap konsumen yang telah datang ke AHASS Wijaya Abadi sebelumnya. Wawancara dilakukan kepada 50 konsumen. Pertanyaan pertama yang ditanyakan adalah seberapa sering konsumen tersebut datang ke AHASS Wijaya Abadi. Berdasarkan pertanyaan tersebut, maka Tabel 2 akan menunjukkan frekuensi kedatangan konsumen ke AHASS Wijaya Abadi.

Tabel I.2 Frekuensi Kedatangan Konsumen ke AHASS Wijaya Abadi

Frekuensi Kedatangan (per tahun)	Jumlah Responden
Pertama kali	27
Dua kali	8
Tiga kali	2
Empat kali	7
Lima kali	3
Lebih dari lima kali	3

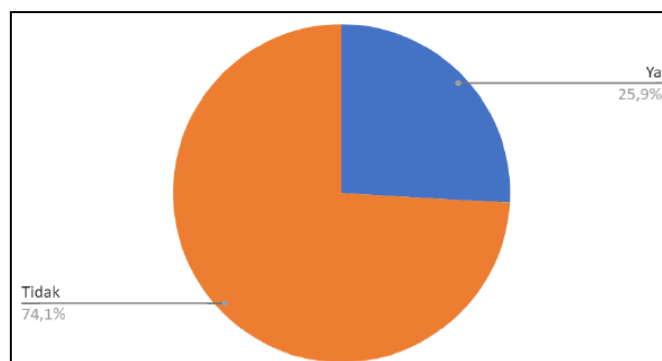
Kemudian, untuk lebih mudah mengetahui jumlah responden yang baru pertama kali datang dan yang telah datang berkali-kali, maka akan dilakukan pembuatan diagram. Gambar I.5 akan menunjukkannya.



Gambar I.5 Jumlah Responden AHASS Wijaya Abadi

Jumlah konsumen yang baru pertama kali datang ke AHASS Wijaya Abadi adalah sebanyak 27 orang, di mana hanya terdapat tujuh orang yang menyatakan ingin datang kembali ke AHASS Wijaya Abadi. Kemudian, 20 orang yang lainnya menyatakan bahwa mereka tidak ingin datang kembali ke AHASS Wijaya Abadi. Berikut akan ditampilkan gambar mengenai persentase minat untuk datang kembali ke AHASS Wijaya Abadi berdasarkan 50 responden.

Dari hasil wawancara, maka didapatkan hasil bahwa 74,1% responden tidak memiliki minat untuk datang kembali ke AHASS Wijaya Abadi. Sedangkan, 25,9% responden lainnya menjawab memiliki minat untuk datang kembali ke AHASS Wijaya Abadi. Gambar 5 akan menunjukkan diagram berisikan persentase minat responden untuk datang kembali ke AHASS Wijaya Abadi Garut.



Gambar I.6 Minat Responden untuk Kembali ke AHASS Wijaya Abadi Garut

Juga dilakukan wawancara untuk mengetahui faktor yang memengaruhi konsumen untuk datang kembali ke bengkel motor. Pertanyaan yang diajukan

adalah faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan responden apabila ingin melakukan perawatan kendaraan bermotor. Berdasarkan pertanyaan tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi responden apabila ingin melakukan perawatan kendaraan bermotor, yaitu keahlian mekanik dalam memecahkan masalah, pelayanan, harga, keaslian suku cadang, lama waktu menunggu, promo dan kebersihan. Jawaban dominan konsumen adalah pelayanan. Berikut tabel yang akan berisikan mengenai rekapitulasi hasil wawancara dengan konsumen untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen apabila ingin melakukan perawatan kendaraan bermotor. Berikut tabelnya.

Tabel I.3 Faktor yang Dipertimbangkan oleh Konsumen untuk Datang Kembali

No.	Faktor yang Dipertimbangkan	Frekuensi
1.	Pelayanan	32
2.	Keahlian mekanik dalam memecahkan masalah	30
3.	Harga	28
4.	Keaslian suku cadang	24
5.	Lama waktu menunggu	24
6.	Promo	20
7.	Kebersihan	6

Dilanjutkan dengan pertanyaan untuk mencari alasan mengapa konsumen tersebut tidak memiliki minat untuk datang kembali ke AHASS Wijaya Abadi. Berbagai alasan yang diajukan oleh responden dapat dirangkum pada Tabel I.4.

Tabel I.4 Alasan Responden untuk Berminat Datang Kembali

No.	Rekapitulasi Alasan Konsumen Tidak Memiliki Minat untuk Datang Kembali
1.	Pelayanan kepada konsumen (harus memuaskan, ramah kepada konsumen,
2.	Keahlian mekanik dalam menjawab keluhan konsumen
3.	Harga yang ditawarkan kepada konsumen (ekonomis, terjangkau, sebanding dengan kualitas pelayanan
4.	Promosi yang diberikan harus lebih banyak kepada konsumen
5.	Kebersihan bengkel
6.	Lama waktu menunggu yang dibutuhkan oleh konsumen
7.	Keaslian dan ketahanan suku cadang (harus sebanding dengan harga yang ditawarkan)
8.	Kecepatan mekanik dalam menyelesaikan reparasi kendaraan bermotor

Selain itu, terdapat banyak bengkel motor lain yang berada di wilayah Kota atau Kabupaten Garut. Setelah dilakukan penelitian dan pengumpulan data, maka didapatkan hasil jumlah *unit entry* dari bengkel motor lain tersebut setiap bulannya.

Berikut Tabel I.5 akan menunjukkan nilai *unit entry* di bengkel motor lainnya.

Tabel I.5 Jumlah Motor Masuk di Bengkel Motor Lainnya

Bengkel Motor	Jumlah Motor Masuk Bulan ke-											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
AHASS Seroja Motor	894	841	945	986	934	847	820	890	550	799	597	791
AHASS Tiga Karya	817	819	810	924	951	874	815	868	580	919	597	771
AHASS Cikajang Motor I / II	520	450	585	675	690	589	467	643	565	750	593	960
AHASS Fahya Jaya Motor	888	866	837	817	937	856	927	987	562	972	617	944
AHASS Ultra Jaya Motor	850	420	590	642	650	575	620	750	468	564	567	641
AHASS Berliana Motor	782	913	943	925	922	963	847	911	684	977	607	802
Bengkel Umum	868	772	773	842	873	980	777	804	840	917	564	904
AHASS Wijaya Abadi	613	434	559	653	691	535	467	546	486	493	536	588

Berdasarkan Tabel I.5, terlihat bahwa AHASS Wijaya Abadi pada bulan ke-3,6,7,8,9,10,11 dan 12 mengalami nilai *unit entry* terendah dibandingkan dengan bengkel motor lainnya. Hal ini menandakan tingkat *revisit intention* di AHASS Wijaya Abadi masih rendah dan perlu dilakukan evaluasi perbaikan untuk meningkatkannya.

Hellier (2007) mengatakan bahwa minat beli ulang merupakan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atau jasa berdasarkan apa yang telah diperoleh dari perusahaan yang sama, melakukan pengeluaran untuk memperoleh barang atau jasa dan terdapat kecenderungan dilakukan secara berkala. Maka, dapat disimpulkan bahwa konsumen atau pelanggan yang puas akan melakukan kunjungan ulang (kembali) pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain atas jasa yang dirasakannya.

Menurut Butcher (2005), minat konsumen untuk membeli ulang adalah salah satu ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan, terutama perusahaan jasa. Terdapat tiga buah faktor yang memengaruhi minat beli ulang dalam proses pengambilan keputusan menurut Kotler (2008), yaitu kualitas jasa, lokasi dan *word of mouth*. Dalam penelitian yang lain, Joseph, et al. (2012) mengemukakan bahwa beberapa faktor penentu yang memengaruhi minat pembelian ulang, yaitu kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merk, kualitas produk, nilai yang dirasakan (*perceived value*), harga dan lingkungan fisik.

Namun, berdasarkan dengan penelitian terdahulu, hanya ada enam faktor yang diadopsi, kecuali kualitas produk, dikarenakan AHASS Wijaya Abadi hanya

menjual suku cadang orsinil HONDA yang telah teruji kualitasnya. Pada penelitian kali ini, teori minat beli ulang dapat digunakan sebagai referensi minat kunjung ulang (*revisit intention*) di AHASS Wijaya Abadi dikarenakan minat kunjung ulang AHASS Wijaya Abadi sama dengan minat membeli ulang jasa di AHASS Wijaya Abadi.

Dalam penelitian yang lain, Kotler (2012) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi minat seseorang untuk melakukan pembelian ulang, yaitu psikologis, pribadi dan sosial. Faktor-faktor tersebut terdiri atas unsur-unsur yang lebih kecil yang membentuk satu kesatuan tentang bagaimana manusia berperilaku dalam kehidupan ekonominya. Tujuan melakukan pembelian ulang merupakan suatu tingkat motivasional seorang konsumen untuk mengalami perilaku pembelian suatu produk ataupun jasa. Pada saat konsumen memiliki tujuan untuk melakukan pembelian ulang suatu produk atau jasa dengan merk tertentu, secara tidak langsung konsumen tersebut memiliki perilaku loyal dan puas terhadap merk tersebut (Sylvia, 2019).

Minat beli ulang konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya, yaitu faktor bauran pemasaran yang melekat pada produk tersebut (Eric, 2014). Boyd dan Mason (1999) mengutarakan bahwa, konsumen dalam memakai suatu produk atau jasa akan melakukan evaluasi mengenai produk atau jasa tersebut dan apabila evaluasi tersebut menarik bagi konsumen, maka daya Tarik konsumen akan bertambah dan meningkatkan kemungkinan konsumen tersebut melakukan pembelian ulang.

Terdapat beberapa indikator minat beli ulang menurut Ferdinand (2002), yaitu minat transaksional, preferensial, referensial dan eksploratif. Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Minat preferensial adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut, preferensi ini dapat berubah apabila terjadi sesuatu dengan produk referensinya. Minat referensial merupakan kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Minat eksploratif akan menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya untuk mendukung sifat positif dari produk tersebut.

Dalam kasus yang dialami oleh AHASS Wijaya Abadi, banyak terdapat ekspektasi-ekspektasi dari konsumen yang tidak dapat dipenuhi oleh AHASS

Wijaya Abadi. Berdasarkan dengan wawancara yang telah dilakukan sebelumnya, penyebab tidak tercapainya target pendapatan dikarenakan minat beli ulang yang rendah. Agar AHASS Wijaya Abadi dapat melakukan upaya perbaikan yang tepat sasaran, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi *revisit intention*.

Menurut pemilik, tingkat *revisit intention* dinyatakan cukup baik apabila pendapatan yang diperoleh oleh pemilik telah memenuhi target. Target yang ditentukan adalah sebesar Rp.47.000.000 setiap bulannya. Tidak masalah apabila pendapatan tersebut fluktuatif, namun yang terpenting adalah target tersebut dapat dipenuhi oleh AHASS Wijaya Abadi setiap bulannya.

Berdasarkan dengan identifikasi masalah yang telah dilakukan, makadapat disusun rumusan masalah pada penelitian di AHASS Wijaya Abadi, yaitu :

1. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi *revisit intention* konsumen di bengkel motor?
2. Bagaimana usulan perbaikan yang dapat dilakukan oleh AHASS Wijaya Abadi untuk meningkatkan *revisit intention*?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, terdapat pembatasan masalah dan asumsi penelitian. Dengan adanya pembatasan masalah, maka ruang lingkup masalah tidak akan terlalu luas dan dapat lebih berfokus pada masalah yang diamati. Berikut merupakan pembatasan masalah yang dilakukan dalam penelitian kali ini.

1. Penelitian yang dilakukan hanya berfokus kepada konsumen yang berdomisili di Kota Garut dan sekitarnya
2. Penelitian hanya dilakukan sampai tahap usulan perbaikan (tidak sampai kepada tahap implementasi)
3. Dalam penelitian, merk sepeda motor adalah merk HONDA

Kemudian, setelah menentukan pembatasan masalah, maka selanjutnya adalah membuat asumsi penelitian. Asumsi merupakan anggapan dasar untuk beberapa variabel yang tidak pasti dikarenakan adanya keterbatasan dalam pembalian beserta pengumpulan data yang dilakukan. Asumsi yang digunakan dalam penelitian di AHASS Wijaya Abadi adalah tidak adanya perubahan yang terjadi di AHASS Wijaya Abadi selama penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Sub bab berikutnya adalah berisikan mengenai tujuan penelitian. Tujuan penelitian merupakan ha-hal atau parameter-parameter yang diharapkan dapat tercapai dari hasil penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan tujuan penelitiannya.

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen di bengkel motor
2. Memberikan usulan perbaikan bagi AHASS Wijaya Abadi untuk meningkatkan *revisit intention*.

I.5 Manfaat Penelitian

Berikutnya adalah membahas mengenai manfaat penelitian. Manfaat penelitian merupakan hasil dari penelitian yang akan memberikan dampak sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan. Berikut ini merupakan manfaat penelitian bagi berbagai pihak atau kalangan.

1. Bagi Perusahaan
Penelitian yang ditujukan bagi AHASS Wijaya Abadi sebagai pihak perusahaan akan memberikan manfaat, seperti mengetahui permasalahan yang ada dan mampu mencari solusi bagi permasalahan tersebut.
2. Bagi Akademik
Diharapkan penelitian ini dapat membawa manfaat bagi akademik, yaitu sebagai bahan referensi dan memperluas wawasan untuk penelitian sejenis selanjutnya.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan prinsip dasar yang digunakan sebagai acuan dalam proses penelitian yang dilakukan. Metodologi penelitian akan menggambarkan aliran proses awal hingga akhir guna menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Adapun langkah-langkah metodologi penelitian pada penelitian di AHASS Wijaya Abadi, yaitu:

1. Penentuan Topik dan Objek Penelitian
Langkah awal yang dilakukan dalam memulai penelitian adalah menentukan topik. Dengan adanya penentuan topik, maka peneliti akan

dimudahkan dalam melakukan penelitiannya. Dalam hal ini, pembahasan penelitian akan lebih spesifik dan jelas. Maka, topik yang akan dibahas dalam penelitian ini merupakan peningkatan minat beli ulang konsumen dengan objek penelitiannya, yaitu AHASS Wijaya Abadi.

2. Studi Literatur

Studi Literatur adalah kegiatan yang bertujuan untuk mencari sumber-sumber yang tersedia yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Sumber yang relevan adalah sumber yang memuat informasi, gagasan, data, dan bukti yang mendukung topik penelitian. Studi literatur yang dilakukan guna mengetahui teori yang berhubungan dengan penelitian peningkatan minat beli ulang konsumen. Studi literatur yang didapatkan berupa minat beli, minat beli ulang, perilaku konsumen, faktor yang memengaruhi minat pembelian ulang, kepuasan pelanggan, keputusan pembelian dan PLS-SEM.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Tahap selanjutnya, yaitu menentukan identifikasi dan perumusan masalah. Pada tahap ini akan berisikan mengenai hal-hal yang akan dilakukan dalam penelitian dan urgensinya secara detail. Selanjutnya, terdapat rumusan masalah yang akan dirumuskan dalam bentuk poin agar mempermudah penulisan dan pemahaman mengenai hal yang ingin didapatkan dari penelitian yang dilakukan.

4. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian

Dalam melakukan kegiatan penelitian, terdapat batasan dan asumsi penelitian. Batasan-batasan tersebut mencakup lokasi penelitian dan tidak terdapat perubahan di AHASS Wijaya Abadi selama penelitian berlangsung. Sehingga, penelitian akan menghasilkan usulan strategi yang dapat diberikan bagi perusahaan untuk menyelesaikan masalah.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tahap selanjutnya, yaitu menentukan tujuan dan manfaat penelitian. Tujuan dibuat untuk menjawab rumusan masalah yang telah dituliskan sebelumnya. Manfaat penelitian yang dilakukan, yaitu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen dan bagaimana cara untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen.

6. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dimaksudkan untuk menyelesaikan permasalahan

yang terdapat di AHASS Wijaya Abadi. Data awal yang didapatkan untuk kegiatan penelitian, berasal dari hasil wawancara dengan beberapa pihak yang ditentukan. Selain itu, pengumpulan dan pengolahan data berisikan mengenai penyelesaian semua masalah yang terjadi berdasarkan dengan studi literatur. Dalam hal ini, pihak yang diwawancarai, meliputi pemilik AHASS Wijaya Abadi dan konsumen AHASS Wijaya Abadi. Kemudian, dilakukan juga pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan cara menentukan target yang dituju, perancangan kuesioner, pengujian dan penyebaran kuesioner.

Penentuan target bertujuan agar target yang dituju telah sesuai dan tepat sasaran. Perancangan kuesioner dilakukan agar variabel yang ingin diukur dapat sesuai dengan yang diinginkan. Kuesioner tersebut kemudian diuji sebelum disebarkan kepada responden agar tidak terjadi kesalahan-kesalahan minor, seperti pertanyaan dengan maksud yang sama, pertanyaan dapat dipahami oleh responden, pertanyaan berkaitan dengan topik dan lain-lain. Setelah semuanya terpenuhi, maka kuesioner siap untuk disebarkan dan diisi oleh responden.

8. Pengujian Model Pengukuran dan Hubungan Model Struktural

Dalam tahapan ini, dilakukan pengujian model pengukuran dan hubungan model struktural berdasarkan dengan data yang telah terkumpul pada pengumpulan data. Data-data tersebut dibutuhkan guna mendukung bukti terjadi dan letak dari sumber permasalahan. Pengujian model pengukuran dan hubungan model struktural akan dilakukan dengan menggunakan analisis multivariat untuk mengetahui hubungan pengaruh antara variabel dengan minat beli ulang konsumen.

9. Analisis Hasil Penelitian dan Usulan

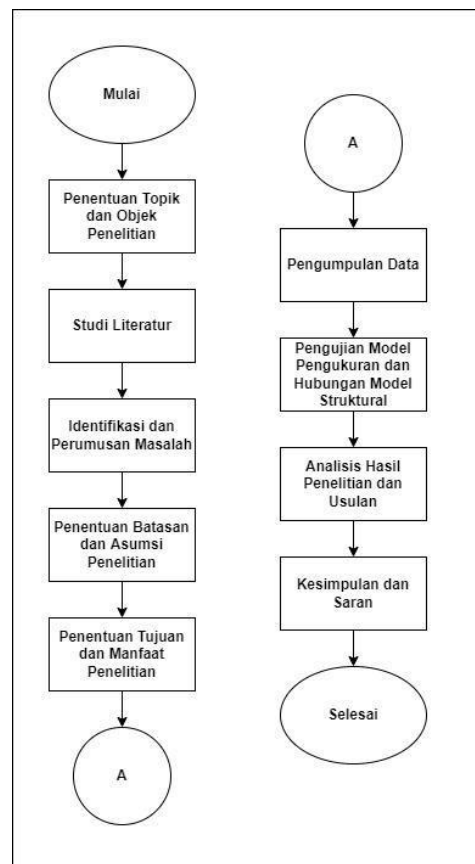
Tahap terakhir setelah dilakukan pengolahan data, yaitu analisis dari hasil penelitian beserta usulan yang dapat diberikan. Analisis didapatkan dari pengujian model pengukuran dan hubungan model struktural yang dilakukan sebelumnya. Berdasarkan pengujian tersebut, maka didapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen di AHASS Wijaya Abadi. Kemudian, apabila faktor-faktor tersebut telah diketahui, maka selanjutnya adalah melakukan pengembangan usulan berdasarkan dengan faktor-faktor tersebut yang dapat digunakan oleh AHASS Wijaya Abadi dalam mengatasi permasalahan yang ada.

10. Kesimpulan dan Saran

Setelah semua langkah dilakukan, penentuan topik dan objek penelitian, studi

literatur, identifikasi dan perumusan masalah, penentuan Batasan dan asumsi penelitian, penentuan tujuan dan manfaat penelitian, pengumpulan data, pengujian model pengukuran dan hubungan model struktural dan analisis hasil penelitian dan usulan, maka terakhir akan terdapat hasil-hasil dari pengolahan yang dilakukan berdasarkan penelitian awal. Hal tersebut berupa kesimpulan. Kesimpulan akan diberikan pada akhir bagian sebagai hasil akhir dari kegiatan penelitian dan menjawab pertanyaan yang sebelumnya dituliskan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditentukan. Selain kesimpulan, bagian terakhir dari penelitian, adalah saran. Saran yang diberikan diharapkan menjadi pertimbangan bagi AHASS Wijaya Abadi untuk diterapkan guna menyelesaikan permasalahan yang dialami. Dalam hal ini, yaitu peningkatan minat beli ulang konsumen.

Gambar berikut akan menggambarkan metodologi penelitian dalam bentuk aliran proses dari awal hingga akhir untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Berikut gambarnya.



Gambar I.7 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Sub-bab ini akan berisikan mengenai sistematika penulisan pada penelitian kali ini. Terdapat lima buah bab yang dimulai dari bab satu hingga lima. Bab satu berisi pendahuluan, bab dua berisi tinjauan pustaka, bab tiga berisi model penelitian dan pengujian, bab empat berisi analisis dan bab yang terakhir, bab lima berisikan mengenai kesimpulan dan saran. Terdapat juga daftar pustaka dan lampiran pada bagian terakhir. Berikut merupakan penjelasan mengenai sistematika penulisan pada penelitian kali ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama, berisikan mengenai tujuh poin penting, yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua, berisikan mengenai tinjauan pustaka mengenai teori-teori pendukung yang digunakan dalam penelitian skripsi. Dengan adanya bab tinjauan pustaka, maka permasalahan yang ada dapat dipecahkan. Teori-teori yang digunakan antara lain mengenai,

BAB III MODEL PENELITIAN DAN PENGUJIAN

Pada bab ketiga, berisikan mengenai model penelitian dan oengujian yang digunakan dalam penelitian skripsi. Di dalamnya terdapat model yang digunakan, operasionalisasi variabel, pengumpulan data, *pre-test* dan penyebaran kuesioner, pengolahan data mengenai profil responden, evaluasi model penelitian dan faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang di AHASS Wijaya Abadi.

BAB IV ANALISIS

Pada bab keempat, berisikan mengenai analisis. Analisis dapat dilakukan setelah dilakukan pengumpulan, pengolahan dan pengujian data. Selain analisis, terdapat juga usulan yang diberikan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di AHASS Wijaya Abadi. Analisis yang dilakukan meliputi, profil responden, hasil uji hipotesis, prioritas usulan perbaikan, minat beli ulang di AHASS Wijaya Abadi dan usulan perbaikan yang akan dilakukan di AHASS Wijaya Abadi. Hasil analisis tersebut dapat digunakan untuk memberikan usulan kepada AHASS Wijaya Abadi

guna mengatasi permasalahan yang ada.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kelima, sebagai penutup terdapat kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran dapat diambil setelah seluruh kegiatan penelitian selesai dilakukan. Kesimpulan akan menjawab tujuan penelitian yang telah dituliskan pada bab pendahuluan dan saran akan digunakan untuk penelitian selanjutnya.