

**USULAN UPAYA PENINGKATAN NIAT BELI ULANG
PELANGGAN DI RESTORAN EITO CURRY
GADING SERPONG**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Henry Agusy
NPM : 6131801118



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

***PROPOSED EFFORTS TO INCREASE CUSTOMER
REPURCHASE INTENTION AT EITO CURRY
GADING SERPONG RESTAURANT***

THESIS

Submitted to fulfil one of the requirements to obtain Industrial Engineering Bachelor
Degree

Arranged by:

Name : Henry Agusny
NPM : 6131801118



**INDUSTRIAL ENGINEERING
UNDERGRADUATE STUDY PROGRAMME
INDUSTRIAL ENGINEERING
FACULTY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY
PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Henry Agusy
NPM : 6131801118
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN UPAYA PENINGKATAN NIAT BELI ULANG DI RESTORAN EITO CURRY GADING SERPONG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juli 2022
Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

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

Pembimbing Tunggal

(Romy Loice, S.T., M.T.)



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 : Henry Agusy

NPM : 6131801118

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

USULAN UPAYA PENINGKATAN NIAT BELI ULANG DI RESTORAN EITO CURRY GADING SERPONG

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 Juli 2022

Henry Agusy

NPM : 6131801118

ABSTRAK

Data pendapatan bersih Restoran Eito Curry Gading Serpong pada bulan Januari hingga bulan Desember tahun 2021 menunjukkan *trendline* menurun. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan terhadap 30 responden, sebanyak 20 responden tidak ingin kembali mengunjungi dan melakukan pembelian pada Restoran Eito Curry Gading Serpong. Sejauh ini, pihak Restoran Eito Curry Gading Serpong telah melakukan beberapa upaya perbaikan tetapi pemilik Restoran tidak mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang pelanggan sehingga dilakukan penelitian agar pemilik mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang pelanggan pada Restoran Eito Curry Gading Serpong.

Terdapat 5 variabel yang digunakan dalam model penelitian antara lain varian menu, harga, kualitas pelayanan, dan kualitas makanan dimana variabel tersebut didapatkan berdasarkan literatur penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya. Selanjutnya dilakukan pengambilan data, terlebih dahulu dilakukan penyusunan kuesioner dengan jumlah sampel minimum sebanyak 100 sampel. Selanjutnya, kuesioner disebarluaskan kepada pelanggan yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian di Restoran Eito Curry Gading Serpong dan didapatkan sebanyak 116 sampel yang kemudian akan diolah menggunakan metode PLS-SEM. Pengolahan data dilakukan dengan dua tahapan yaitu pengujian model pengukuran dan pengujian model struktural yang dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS.

Dari hasil pengolahan data, terdapat sebanyak 28 indikator yang terdiri dari 5 variabel, kemudian terdapat 14 indikator yang dihilangkan dengan tujuan agar model penelitian reliabel dan valid. Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel yang berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang pelanggan di Restoran Eito Curry Gading Serpong antar lain varian menu, kualitas pelayanan, dan kualitas makanan dengan nilai *coefficient of determination* (R^2) sebesar 0,607. Selanjutnya dilakukan penentuan prioritas untuk memberikan usulan perbaikan dengan menggunakan metode *Importance Performance Matrix Analysis* (IPMA). Terdapat 8 usulan perbaikan yang diusulkan kepada pihak Restoran Eito Curry Gading Serpong dimana dari 8 usulan perbaikan tersebut sebanyak 7 usulan perbaikan diterima dan 1 usulan perbaikan dipertimbangkan dengan usulan utama yang akan dilaksanakan yaitu penempatan dan pengaturan bahan makanan serta memperbanyak pilihan makanan dan minuman.

ABSTRACT

Data on the net income of Eito Curry Gading Serpong Restaurant from January to December 2021 shows a downward trendline. Based on initial interviews conducted with 30 respondents, as many as 20 respondents did not want to return to visit and made purchases at the Eito Curry Gading Serpong Restaurant. So far, the Eito Curry Gading Serpong Restaurant has made several improvements, but the restaurant owner does not know which factors have a significant effect on customers' repurchase intentions. Therefore, this study was conducted to determine which factors that have significant effects on customer repurchase intentions at the Eito Curry Gading Serpong Restaurant.

There are 5 variables used in the research model, including menu variants, prices, service quality, and food quality where these variables are obtained based on similar research literature that has been done previously. Furthermore, data collection was carried out, first carried out the preparation of a questionnaire and determining the number of samples before being distributed to customers who had visited and made purchases at the Eito Curry Gading Serpong Restaurant. Obtained as many as 116 samples which will then be processed using the PLS-SEM method. Data processing is carried out in two stages, namely testing the measurement model and testing the structural model using the SmartPLS application..

From the results of data processing, there were 28 indicators consisting of 5 variables, then there were 14 indicators that were omitted with the aim that the research model was reliable and valid. Based on the results of data processing, variables that had a significant effect on customer repurchase intentions at Eito Curry Gading Serpong Restaurant include menu variants, service quality, and food quality with a coefficient of determination (R^2) of 0.607. Furthermore, prioritization was determined to provide suggestions for improvement using the Importance Performance Matrix Analysis (IPMA) method. There are 8 proposed improvements proposed to the Eito Curry Gading Serpong Restaurant where from the 8 improvement proposals as many as 7 improvement proposals were accepted with the main proposals to be implemented, namely the placement and arrangement of food ingredients as well as increasing food and beverage choices and 1 improvement proposal considered by the Restaurant Eito Curry Gading Serpong.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur dipanjatkan kepada hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkatNya kepada penulis sehingga penelitian skripsi dengan judul “Usulan Upaya Peningkatan Niat Beli Ulang Pelanggan Di Restoran Eito Curry Gading Serpong” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penelitian skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari beragam rintangan dan tantangan yang dihadapi. Tetapi semua rintangan dan tantangan tersebut dapat diatasi atas bantuan orang-orang yang membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk mengarahkan dan memberikan masukan terkait penyusunan skripsi yang telah dilakukan.
2. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku koordinator skripsi yang sudah meluangkan waktu dan tenaga untuk mempersiapkan kegiatan skripsi sebagai syarat kelulusan dengan sangat baik.
3. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Ibu Cherish Rikardo, S.Si., M.T. selaku dosen penguji proposal skripsi yang telah memberikan masukan dalam proses penyusunan skripsi.
4. Saudara Steven Sutjiawan selaku pemilik Restoran Eito Curry Gading Serpong yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian skripsi dan meluangkan waktu untuk membantu proses pengambilan data perihal penelitian skripsi.
5. Orang tua dan saudara penulis yang telah memberi dukungan moril kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Maria, Paulina, Clarissa, Andrian, Marcelo, Gerardus, Bhramanta selaku teman penulis telah memberikan dukungan moril, memberikan semangat serta bertukar pikiran selama penyusunan skripsi.

7. Himpunan Mahasiswa Program Studi Teknik Industri 2021 selaku teman penulis yang telah memberikan dukungan moril, fisik, serta semangat dalam penyusunan skripsi.
8. Seluruh dosen Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan yang telah mendedikasikan dengan memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh kuliah.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu pengisian kuesioner perihal kebutuhan data untuk penulisan skripsi.

Penulis menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi, maka dari itu penulis sangat terbuka untuk saran dan kritik agar dapat memperbaiki di lain kesempatan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca.

Bandung, 20 Juni 2022



Henry Agusy

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-9
I.4 Tujuan Penelitian	I-10
I.5 Manfaat Penelitian	I-10
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-11
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Restoran	II-1
II.2 Perilaku Konsumen	II-2
II.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	II-2
II.4 Keputusan Pembelian	II-4
II.5 Niat Beli Ulang	II-5
II.6 Harga	II-6
II.7 Kualitas Pelayanan	II-7
II.8 Kualitas Makanan	II-8
II.9 Varian Menu.....	II-10
II.10 Teknik <i>Sampling</i>	II-10
II.11 Skala Pengukuran.....	II-12
II.12 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	II-15
II.13 <i>Partial Least Squares SEM</i> (PLS-SEM)	II-16
II.14 Pengujian Dengan Metode PLS-SEM	II-19

II.14.1	Pengujian Model Pengukuran Dengan Metode PLS-SEM ..	II-19
II.14.2	Pengujian Model Struktural Dengan Metode PLS-SEM	II-21
II.15	<i>Importance Performance Matrix Analysis (IPMA)</i>	II-22
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		III-1
III.1	Penelitian Terdahulu	III-1
III.2	Model Penelitian.....	III-3
III.3	Operasionalisasi Variabel.....	III-6
III.4	Pengumpulan Data	III-9
III.4.1	Perancangan Kuesioner	III-9
III.4.2	Penentuan Sampel	III-17
III.4.3	Penyebaran Kuesioner	III-18
III.5	Pengolahan Data	III-19
III.5.1	Pengolahan Data Profil Responden	III-19
III.5.2	Pengujian Model Penelitian	III-21
III.5.3	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	III-22
III.5.4	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	III-33
III.5.5	Rata-rata Penilaian Variabel dan Indikator.....	III-37
III.6	<i>Importance Performance Matrix Analysis</i>	III-39
BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....		IV-1
IV.1	Analisis Profil Responden	IV-1
IV.2	Analisis Pengujian Model Penelitian.....	IV-3
IV.2.1	Analisis Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	IV-3
IV.2.2	Analisis Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	IV-5
IV.3	Analisis Prioritas Usulan Perbaikan.....	IV-8
IV.4	Usulan Perbaikan.....	IV-10
IV.4.1	Usulan Perbaikan Untuk Ketersediaan Menu Yang Ditawarkan (VM1).....	IV-11
IV.4.2	Usulan Perbaikan Untuk Inovasi Ragam Menu Terbaru (VM2).....	IV-16
IV.4.3	Usulan Perbaikan Untuk Rasa Yang Beragam (VM4).....	IV-21
IV.5	Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-22
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		V-1
V.1	Kesimpulan	V-1
IV.2	Saran	V-2

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Frekuensi Kunjungan Pelanggan Restoran Eito Curry Gading Serpong	I-6
Tabel I.2 Niat Beli Ulang Pelanggan Terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong	I-6
Tabel I.3 Alasan Pelanggan Tidak Tertarik Mengunjungi Kembali	I-8
Tabel III.1 Definisi Variabel Menurut Oetomo & Nugraheni (2012)	III-7
Tabel III.2 Definisi Variabel Menurut Laela (2021)	III-7
Tabel III.3 Butir Pengukuran Variabel	III-8
Tabel III.4 Skala Penilaian Indikator	III-11
Tabel III.5 Kuesioner Penilaian Indikator	III-11
Tabel III.6 Hasil <i>Pre-Test</i> Kuesioner	III-14
Tabel III.7 Hasil Perbaikan Kuesioner	III-15
Tabel III.8 Rekapitulasi Profil Responden	III-19
Tabel III.9 <i>Composite Reliability</i>	III-23
Tabel III.10 <i>Outer Loading</i>	III-24
Tabel III.11 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	III-25
Tabel III.12 <i>Cross Loading</i>	III-26
Tabel III.13 <i>Fornell-Larcker</i>	III-27
Tabel III.14 Pengujian Ulang <i>Composite Reliability</i>	III-28
Tabel III.15 Pengujian Ulang <i>Outer Loading</i>	III-30
Tabel III.16 Pengujian Ulang AVE	III-30
Tabel III.17 Pengujian Ulang <i>Cross Loading</i>	III-32
Tabel III.18 Pengujian Ulang <i>Fornell-Larcker</i>	III-32
Tabel III.19 <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	III-34
Tabel III.20 <i>Path Coefficient</i>	III-34
Tabel III.21 <i>T-Statistics</i>	III-35
Tabel III.22 <i>Coefficient of Determination (R²)</i>	III-36
Tabel III.23 <i>Effect Size</i>	III-36
Tabel III.24 <i>Predictive Relevance</i>	III-37
Tabel III.25 Rata-rata Variabel dan Indikator	III-38
Tabel III.26 Perhitungan <i>Importance Performance Matrix Analysis</i>	III-39

Tabel IV.1 Indikator Varian Menu.....	IV-10
Tabel IV.2 Penyimpanan Bahan Makanan.....	IV-13
Tabel IV.3 Kelebihan dan Kekurangan Pencatatan Manual dan Otomasi	IV-14
Tabel IV.4 Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-22

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Total Pendapatan Bersih Restoran Eito Curry Gading Serpong Tahun 2021	I-3
Gambar I.2 Rekapitulasi Niat Beli Ulang Pelanggan Terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong.....	I-7
Gambar I.3 Metodologi Penelitian.....	I-13
Gambar II.1 <i>Path Model Structural Equation Modeling</i>	II-17
Gambar II.2 Konstruk Model Reflektif	II-18
Gambar II.3 Konstruk Model Formatif	II-19
Gambar II.4 Langkah <i>Outer Loading</i>	II-20
Gambar II.5 Langkah Pengujian Model Struktural.....	II-21
Gambar II.6 Kuadran <i>Importance Performance Matrix Analysis</i>	II-23
Gambar III.1 Model Penelitian Oetomo Dan Nugraheni (2012)	III-1
Gambar III.2 Model Penelitian Laela (2021).....	III-2
Gambar III.3 Model Penelitian.....	III-6
Gambar III.4 Model Penelitian Awal.....	III-22
Gambar III.5 Model Penelitian Akhir.....	III-33
Gambar III.6 <i>Importance Performance Matrix Analysis</i>	III-40
Gambar IV.1 Pengaturan Suhu dan Kelembapan	IV-12
Gambar IV.2 <i>Labelling</i> Bahan Makanan	IV-13
Gambar IV.3 Pencatatan Bahan Baku Menggunakan Aplikasi Moka	IV-15
Gambar IV.4 Contoh Promo <i>Upsize</i>	IV-17
Gambar IV.5 Usulan Promo <i>Upsize</i>	IV-18
Gambar IV.6 Contoh Menu Paket <i>Bundling</i>	IV-20
Gambar IV.7 Usulan Menu Paket <i>Bundling</i>	IV-21

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A HASIL WAWANCARA PENDAHULUAN	A-1
LAMPIRAN B KUESIONER PENELITIAN	B-1
LAMPIRAN C DATA PROFIL RESPONDEN	C-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pendahuluan yang terdiri dari tujuh subbab yang menjelaskan mengenai awal dilakukannya penelitian. Subbab tersebut terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Penjelasan dari masing-masing subbab dapat dilihat berikut ini.

I.1 Latar Belakang Masalah

Menurut International Labour Organization (2013), kebutuhan primer merupakan segala sesuatu yang menyangkut hal-hal pokok pada manusia. Kebutuhan primer tersebut wajib dipenuhi, jika salah satu kebutuhan primer tersebut tidak terpenuhi, maka manusia akan mengalami kesulitan dalam menjalankan hidupnya. Terdapat 3 kebutuhan primer yang menjadi kebutuhan pokok dari seluruh manusia, antara lain sandang, pangan, dan papan. Salah satu dari ketiga kebutuhan primer tersebut yaitu pangan yang menjadi kebutuhan utama dari manusia. Menurut Saparinto dan Hidayati (2006), pangan merupakan segala sesuatu yang berasal dari hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah untuk dikonsumsi oleh manusia yang berupa makanan dan minuman.

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu industri yang berkontribusi besar untuk bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2021 Kementerian Perindustrian mencatat, pertumbuhan industri untuk makanan dan minuman pada periode 2015-2019 rata-rata mencapai 8,19%. Pertumbuhan tersebut berada di atas rata-rata dari pertumbuhan industri lainnya dengan rata-rata sebesar 4,69%. Pada tahun 2020, terdapat pandemi Covid-19 yang tentunya membuat setiap sektor industri menurun, khususnya pada negara Indonesia. Menteri Perindustrian, Agus Gumiwang Kartasasmita menyebutkan meskipun pada tahun 2020 terdapat pandemi Covid-19, sektor industri makanan dan minuman tetap menjadi kontribusi terbesar bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2020, industri makanan dan minuman memiliki rata-rata pertumbuhan sebesar 1,58% sedangkan untuk pertumbuhan industri non migas lainnya memiliki

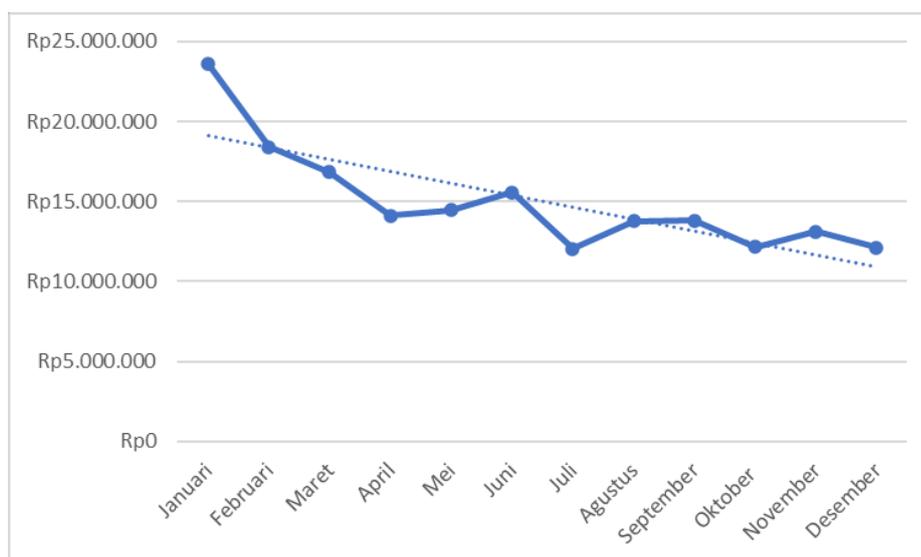
rata-rata pertumbuhan berada pada rentang nilai di bawah 0% atau minus. Pada kuartal I tahun 2021, pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 2,45% dan menjadikan salah satu sektor tertinggi di industri pengolahan. Industri makanan dan minuman memiliki pertumbuhan yang cukup konsisten dibandingkan dengan industri lainnya sejak kuartal II pada tahun 2020.

Salah satu faktor industri makanan dan minuman menjadi salah satu industri yang menyokong perekonomian Indonesia dan berkontribusi besar yaitu banyak masyarakat yang turut serta dalam industri makanan dan minuman, khususnya restoran. Salah satu Kabupaten yang cukup meningkat untuk industri makanan dan minumannya yaitu Kabupaten Tangerang, Banten. Menurut Badan Pusat Statistik (2021), jumlah restoran di Tangerang pada tahun 2018 sebanyak 20 restoran, tetapi pada tahun 2019 sampai 2020 meningkat cukup pesat dengan jumlah restoran sebanyak 82 pada tahun 2019 dan 88 restoran pada tahun 2020. Pertumbuhan tersebut menyebabkan persaingan setiap restoran menjadi sangat ketat sehingga setiap restoran berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan terbaiknya. Dengan adanya pelayanan terbaik dari restoran, membuat pelanggan bertahan pada restoran tersebut dan akan kembali lagi karena merasa puas akan pelayanan pada restoran tersebut. Menurut Megantara (2016), niat beli ulang merupakan niat seseorang pelanggan untuk membeli produk yang sudah pernah dibeli pada masa lalunya. Menurut Nurhayati (2012), terdapat beberapa faktor yang membuat pelanggan kembali menggunakan produk tersebut, salah satunya kepuasan pelanggan. Jika pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan, akan menyebabkan perusahaan bertambah citranya sehingga hal tersebut akan meningkatkan niat pembelian ulang pelanggan dan berakibat kenaikan pendapatan. Menurut Jordaan dan Prinsloo (2001), jika satu konsumen merasa puas akan produk dan jasa yang diberikan, maka konsumen tersebut akan membawa tiga orang konsumen lainnya.

Persaingan tersebut dirasakan juga oleh Restoran Eito Curry yang terletak di Gading Serpong, Tangerang, Banten. Restoran Eito Curry merupakan restoran yang bergerak dalam industri makanan dan minuman yang berasal dari Jepang dengan menu utama makanan berupa kari. Restoran Eito Curry mulai dirintis pada awal tahun 2019 dengan berbentuk *stand bazaar* pada acara-acara universitas dan bazar kuliner. Pada pertengahan 2019, Restoran Eito Curry membuka tempat pertamanya yang berada di Gading Serpong dan menjadi pusat

dari Restoran Eito Curry. Pada tahun 2020, Restoran Eito Curry berkembang dan membuka beberapa cabang seperti di Tasikmalaya, Bandung, Kedoya, Kelapa Gading, dan Kebayoran Lama. Pada tahun 2021 kembali meluaskan sayapnya dalam industri makanan dan minuman ini dengan membuka cabang di daerah Pesanggrahan, Jakarta Selatan. Persaingan yang ketat tersebut membuat Restoran Eito Curry Gading Serpong perlu menerapkan strategi agar dapat bersaing dengan restoran lainnya. Salah satu cara Restoran Eito Curry Gading Serpong dapat bersaing yaitu dengan mempertahankan pelanggan agar dapat kembali mengunjungi Restoran Eito Curry Gading Serpong. Menurut Wong dan Sohal (2003) semakin besar tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk, maka semakin besar loyalitas terhadap produk tersebut.

Pada awal berdirinya, Restoran Eito Curry tidak memiliki akuntan yang menghitung pendapatan dari Restoran tersebut. Hal tersebut dihitung secara manual dan tidak dituliskan dalam pembukuan. Pencatatan pendapatan baru dimulai pada awal tahun 2021 dari mulai Bulan Januari hingga Bulan Desember. Pendapatan bersih dari Restoran Eito Curry Gading Serpong cenderung menurun, hanya terdapat kenaikan pada bulan-bulan tertentu yang disebabkan oleh faktor seperti hari raya dan liburan. Pada awal tahun 2021, pendapatan bersih dari Restoran Eito Curry Gading Serpong mencapai Rp 23.592.078, hal tersebut dikarenakan pada Bulan Januari terdapat libur tahun baru sehingga pelanggan banyak yang bepergian ke luar.



Gambar I.1 Total Pendapatan Bersih Restoran Eito Curry Gading Serpong Tahun 2021

Dapat dilihat pada Gambar I.1, pendapatan bersih dari Restoran Eito Curry Gading Serpong memiliki *trendline* menurun, meskipun terdapat kenaikan pada bulan tertentu seperti pada Bulan Mei 2021 dan Bulan Agustus 2021 tetapi terdapat penurunan pendapatan bersih dibandingkan dari awal tahun 2021. Kenaikan tersebut dapat terjadi dikarenakan beberapa faktor seperti pada Bulan Mei dikarenakan terdapat hari raya Idul Fitri yang berada pada Bulan Mei. Selain itu, pada Bulan Agustus 2021 terdapat mahasiswa dan mahasiswi yang kembali berkuliah secara *offline* sehingga pendapatan tersebut meningkat. Pemilik telah menyadari bahwa terjadinya penurunan pendapatan dari Restoran Eito Curry tersebut, tetapi pemilik tidak mengetahui penyebab pasti dari penurunan pendapatan tersebut. Pemilik mengatakan jika pelanggan mengeluhkan pelayanan yang diberikan oleh Restoran Eito Curry Gading Serpong kurang memuaskan sehingga pelanggan tidak ingin membeli kembali. Selain itu, pemilik menginginkan kenaikan pendapatan dari Restoran Eito Curry Gading Serpong sehingga dapat bersaing dengan restoran yang terdapat di Gading Serpong. Maka dari itu, perlu adanya perbaikan untuk meningkatkan pendapatan dari Restoran Eito Curry Gading Serpong. Dengan adanya perbaikan tersebut, dapat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pelanggan yang berkunjung secara berkelanjutan atau lebih dari satu kali kunjungan.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Seiring dengan meningkatnya restoran yang berada di daerah Gading Serpong, mengakibatkan persaingan antar restoran semakin ketat. Jumlah restoran yang cukup banyak mengakibatkan masyarakat memiliki pilihan yang banyak untuk memilih restoran yang akan dikunjungi. Dengan banyaknya pilihan restoran, Restoran Eito Curry Gading Serpong perlu mempunyai keunggulan dibandingkan dengan restoran lain. Dengan adanya keunggulan yang dimiliki, pelanggan akan lebih tertarik memilih Restoran Eito Curry Gading Serpong dibandingkan dengan restoran lainnya. Maka dari itu diperlukan identifikasi terkait faktor yang berpengaruh terhadap penurunan pendapatan Restoran Eito Curry Gading Serpong dengan melakukan beberapa identifikasi terhadap beberapa sumber seperti wawancara terhadap pelanggan yang pernah mengunjungi Restoran Eito Curry Gading Serpong serta observasi terhadap ulasan pelanggan

pada beberapa situs yang berhubungan dengan industri makanan dan minuman antara lain PergiKuliner dan Zomato.

Pada situs PergiKuliner, masyarakat dapat memberikan ulasan terkait restoran yang ingin masyarakat berikan ulasan beserta nilai yang diberikan dari skala 1 sampai dengan 5 dengan nilai 1 menunjukkan kualitas restoran yang buruk sedangkan untuk nilai 5 diberikan untuk restoran yang menunjukkan kualitas restoran yang baik. Restoran Eito Curry Gading Serpong memiliki nilai rata-rata sebesar 3,2 dari 5. Terdapat 5 aspek yang menjadi penilaian pada PergiKuliner antara lain rasa, suasana, harga, pelayanan, dan kebersihan. Aspek pertama yaitu rasa, Restoran Eito Curry Gading Serpong mendapatkan nilai 3,5 dari 5, aspek suasana mendapatkan nilai 3 dari 5, harga mendapatkan nilai 3,5 dari 5, aspek pelayanan mendapatkan nilai 2,5 dari 5, dan aspek kebersihan mendapatkan nilai 3,5 dari 5. Rata-rata pelanggan mengeluhkan aspek yang berkaitan dengan rasa dan pelayanan. Berdasarkan ulasan pelanggan pada PergiKuliner, aspek pelayanan mendapatkan ulasan yang cukup buruk dikarenakan pelanggan terlalu lama menunggu pesanan sehingga pelanggan kecewa.

Selanjutnya dilakukan observasi terhadap situs Zomato, situs yang berisikan ulasan masyarakat terhadap restoran yang pernah dikunjungi, salah satunya Restoran Eito Curry Gading Serpong. Situs Zomato memiliki aspek penilaian antara lain harga, rasa, pelayanan, fasilitas, dan suasana. Dari situs Zomato, Restoran Eito Curry Gading Serpong mendapatkan nilai 4,1 dari 5. Terdapat 111 ulasan yang diberikan oleh pelanggan dengan berbagai jenis ulasan, rata-rata keluhan yang dikemukakan oleh pelanggan berisikan rasa dari makanan yang ada pada Restoran Eito Curry Gading Serpong tidak sesuai dan pelayanan yang diberikan kurang dikarenakan pelayanan terlalu lama menyajikan pesanan.

Dari observasi yang telah dilakukan terhadap 2 situs di atas, terdapat beberapa keluhan yang diberikan oleh pelanggan terkait Restoran Eito Curry Gading Serpong. Keluhan tersebut membuat pelanggan merasa kurang puas terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong sehingga pelanggan tidak ingin kembali membeli pada restoran tersebut. Selain melakukan observasi pada situs yang berkaitan dengan industri makanan dan minuman, dilakukan wawancara terhadap 30 orang responden yang pernah mengunjungi Restoran Eito Curry Gading Serpong. Tujuan dari wawancara tersebut untuk melakukan validasi terkait keluhan yang telah diobservasi sebelumnya pada situs PergiKuliner dan Zomato.

Pertanyaan pertama yang diberikan kepada responden yang pernah mengunjungi Restoran Eito Curry Gading Serpong adalah frekuensi kunjungan yang dilakukan responden terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong. Hasil wawancara yang dilakukan terhadap 30 responden terkait frekuensi kunjungan terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel I.1 Frekuensi Kunjungan Pelanggan Restoran Eito Curry Gading Serpong

No.	Frekuensi Kunjungan	Jumlah Responden
1	1 Kali	18
2	2 Kali	7
3	3 Kali	3
4	4 Kali	2
5	≥ 5 Kali	0

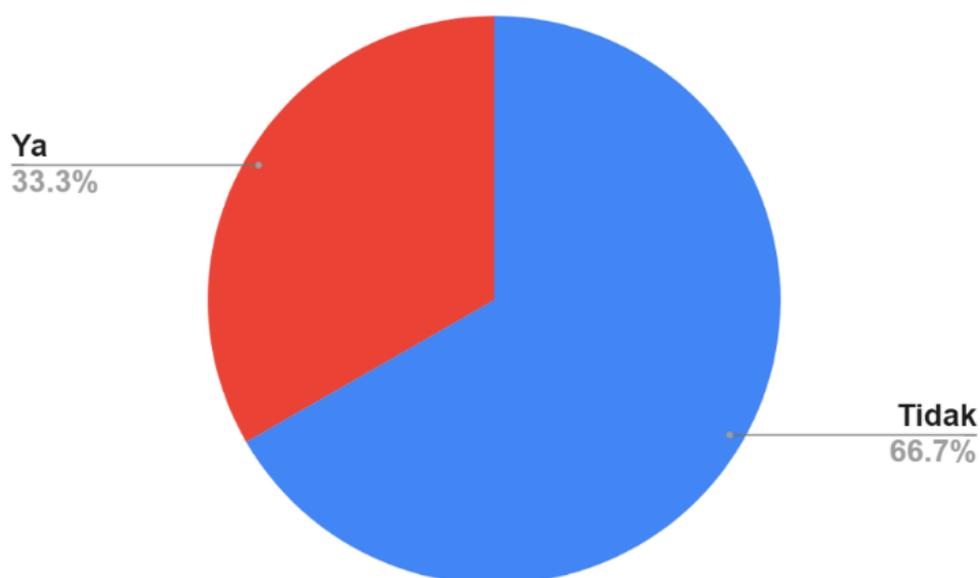
Dari tabel I.1 didapatkan rekapitulasi jawaban responden terkait frekuensi kunjungan dimana sebanyak 18 responden telah mengunjungi sebanyak 1 kali, 7 responden telah mengunjungi sebanyak 2 kali, 3 responden telah mengunjungi sebanyak 3 kali, 2 responden telah mengunjungi sebanyak 4 kali dan tidak ada responden yang telah mengunjungi sebanyak lebih dari sama dengan 5 kali. Pertanyaan selanjutnya yang ditanyakan kepada responden yaitu apakah responden tersebut ingin kembali membeli pada Restoran Eito Curry Gading Serpong. Wawancara untuk pertanyaan kedua dikelompokkan berdasarkan jumlah frekuensi kunjungan pelanggan.

Tabel I.2 Niat Beli Ulang Pelanggan Terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong

No.	Frekuensi Kunjungan	Ingin Kembali (Responden)	Tidak Ingin Kembali (Responden)
1	1 Kali	6	12
2	2 Kali	3	4
3	3 Kali	1	2
4	4 Kali	0	2

Tabel I.2 merupakan hasil wawancara mengenai niat beli ulang responden terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong. Dari 18 responden yang telah mengunjungi Restoran Eito Curry sebanyak 1 kali, terdapat 6 responden yang ingin kembali membeli pada Restoran Eito Curry Gading Serpong dan sisanya sebanyak 12 responden tidak ingin membeli kembali. Dari 7 responden yang telah mengunjungi Restoran Eito Curry Gading Serpong sebanyak 2 kali, terdapat 3 responden ingin kembali membeli pada Restoran Eito Curry Gading Serpong dan 4 responden lainnya tidak ingin kembali membeli. Dari 3 responden yang telah mengunjungi Restoran Eito Curry Gading Serpong

sebanyak 3 kali, terdapat 1 responden yang ingin kembali membeli pada Restoran Eito Curry Gading Serpong dan 2 responden lainnya tidak ingin membeli kembali. Terakhir, untuk 2 responden yang telah mengunjungi Restoran Eito Curry Gading Serpong sebanyak 4 kali tidak ada seorang pun yang ingin kembali membeli pada Restoran Eito Curry Gading Serpong.



Gambar I.2 Rekapitulasi Niat Beli Ulang Pelanggan Terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong

Gambar I.2 merupakan hasil rekapitulasi niat beli ulang pelanggan dari keseluruhan responden. Dari 30 responden, sebanyak 10 responden ingin kembali membeli pada Restoran Eito Curry Gading Serpong sedangkan untuk 20 responden lainnya tidak ingin kembali membeli. Dari hasil wawancara terhadap seluruh responden tersebut, dapat menunjukkan niat beli ulang di Restoran Eito Curry Gading Serpong rendah, sehingga hal tersebut selaras dengan penurunan pendapatan bersih dari Restoran Eito Curry Gading Serpong. Setelah diketahui niat pembelian ulang pada Restoran Eito Curry Gading Serpong rendah, maka pertanyaan selanjutnya yaitu alasan pelanggan tidak berminat untuk membeli kembali pada Restoran Eito Curry Gading Serpong.

Tabel I.3 Alasan Pelanggan Tidak Tertarik Mengunjungi Kembali

No	Alasan	Jumlah
1	Harga terlalu mahal	4
2	Terlalu lama menunggu	4
3	Pesanan tidak sesuai dengan yang dipesan	4
4	Harga tidak sesuai dengan porsi	2
5	Rasa yang tidak enak	2
6	Menu yang kurang beragam	2
7	Pelayan kurang ramah	1
8	Daging kurang segar	1

Hasil wawancara terhadap 20 responden yang menjawab tidak ingin kembali membeli pada Restoran Eito Curry dapat dilihat pada Tabel I.3. Terdapat beberapa alasan pelanggan tidak ingin kembali mengunjungi Restoran Eito Curry Gading Serpong. Alasan tersebut beragam, tetapi dapat diklasifikasikan ke dalam 4 bagian besar antara lain harga, kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan varian menu. Terdapat 6 responden yang mengeluhkan masalah harga dimana harga tersebut terlalu mahal dan tidak sesuai dengan porsi yang diberikan oleh Restoran Eito Curry Gading Serpong. Selanjutnya, terdapat 9 responden yang mengeluhkan terkait kualitas pelayanan yang terdiri dari pelayan kurang ramah, pelanggan terlalu lama menunggu, serta pesanan yang diberikan oleh Restoran Eito Curry Gading Serpong tidak sesuai dengan pesanan pelanggan. Terdapat 3 responden yang mengeluhkan kualitas makanan yang terdiri dari rasa yang tidak enak dan daging yang kurang segar. Terakhir, terdapat 2 responden yang mengeluhkan terkait varian menu yang kurang beragam.

Selain wawancara terhadap 30 responden, dilakukan juga studi literatur yang berasal dari beberapa jurnal mengenai niat beli ulang. Terdapat beberapa jurnal yang digunakan antara lain penelitian yang dilakukan oleh Oetomo dan Nugraheni (2012) serta Laela (2021). Penelitian yang dilakukan oleh Oetomo dan Nugraheni (2012) yaitu pengaruh varian menu, harga, dan lokasi terhadap niat beli ulang pelanggan terhadap Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang. Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut yaitu varian menu memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian ulang. Hasil penelitian tersebut memberikan hasil jika produk yang dijual bervariasi, maka akan memperbesar keputusan pelanggan dalam memilih produk secara berkelanjutan. Selain keberagaman produk, penelitian tersebut membuktikan jika harga memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang. pelanggan akan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan untuk

membeli produk. Biaya yang cenderung murah akan mendapatkan perhatian dari pelanggan dalam membeli produk.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Laela (2021) dengan melakukan penelitian terkait kualitas makanan, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat pembelian ulang pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta. Dari penelitian tersebut, faktor yang diteliti antara lain kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan persepsi harga. Hasil yang didapatkan yaitu adanya hubungan positif yang ditunjukkan antara kualitas makanan dengan minat pembelian ulang serta hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan minat pembelian ulang. Selain itu, harga memberikan pengaruh yang positif terhadap minat pembelian ulang. Hal tersebut menunjukkan kualitas makanan, kualitas pelayanan, serta harga berhubungan dengan niat beli ulang dikarenakan ketiga atribut tersebut mempunyai hubungan positif secara simultan.

Sampai saat ini, pemilik Restoran Eito Curry Gading Serpong telah melakukan beberapa upaya perbaikan berdasarkan keluhan yang diberikan oleh beberapa pelanggan seperti penambahan pegawai serta melakukan pelatihan untuk pegawai Restoran Eito Curry Gading Serpong. Selain itu, promosi yang telah dilakukan oleh Restoran Eito Curry Gading sudah berjalan sesuai dengan keinginan dari pemilik seperti melalui media sosial dan bekerja sama dengan beberapa layanan jasa antar. Dengan usaha perbaikan yang telah dilakukan, pemilik merasa belum menyelesaikan masalah yang terdapat di Restoran Eito Curry Gading Serpong. Pemilik ingin mencari tahu, faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari Restoran Eito Curry Gading Serpong. Berdasarkan pemaparan terkait identifikasi masalah yang terdapat pada Restoran Eito Curry Gading Serpong, maka dilakukan perumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan pada Restoran Eito Curry Gading Serpong?
2. Bagaimana usulan perbaikan yang diberikan untuk Restoran Eito Curry Gading Serpong agar dapat meningkatkan niat beli ulang pelanggan?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat batasan terhadap masalah yang ada dengan tujuan agar penelitian dapat terfokus dan diharapkan usulan yang

diberikan dapat lebih spesifik dengan adanya batasan tersebut. Batasan yang diterapkan dalam penelitian ini antara lain penelitian hanya dilakukan hingga tahap pemberian rancangan usulan perbaikan terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong. Selain batasan masalah, pada penelitian juga terdapat asumsi yang bertujuan agar usulan yang diberikan lebih efektif. Terdapat beberapa asumsi yang digunakan dalam penelitian, asumsi tersebut digunakan agar usulan perbaikan yang diberikan terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong menjadi lebih tepat.

1. Tidak ada perubahan dalam pelayanan pada Restoran Eito Curry Gading Serpong
2. Tidak ada perubahan harga pada Restoran Eito Curry Gading Serpong
3. Tidak ada perubahan menu pada Restoran Eito Curry Gading Serpong

I.4 Tujuan Penelitian

Tentunya setiap penelitian memiliki tujuan yang hendak dicapai. Penelitian terhadap niat beli ulang di Restoran Eito Curry Gading Serpong memiliki tujuan yang hendak dicapai, tujuan tersebut dibentuk berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya sehingga tujuan dapat menjawab rumusan masalah tersebut. Tujuan dari penelitian terhadap niat beli ulang pelanggan pada Restoran Eito Curry Gading sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan pada Restoran Eito Curry Gading Serpong.
2. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli ulang pelanggan pada Restoran Eito Curry Gading Serpong.

I.5 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa *stakeholder* antara lain manfaat bagi pemilik usaha dan bagi pengembangan keilmuan. Berikut merupakan manfaat yang diperoleh dari penelitian ini.

1. Bagi Pengembangan Keilmuan
Manfaat yang diperoleh bagi pengembangan keilmuan yaitu dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan pada restoran. Dengan adanya

referensi, pengembangan keilmuan dapat mengembangkan kembali model yang ada pada penelitian ini.

2. **Bagi Pemilik Usaha**

Manfaat yang diperoleh bagi pemilik Restoran Eito Curry Gading Serpong yaitu pemilik dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong. Manfaat lainnya yang didapatkan dari penelitian ini yaitu usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli ulang pelanggan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari Restoran Eito Curry Gading Serpong.

I.6 Metodologi Penelitian

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, tentunya penelitian tersebut perlu memperhatikan langkah-langkah yang dilakukan agar mendapatkan penelitian yang sistematis. Dengan adanya metodologi penelitian, dapat memberikan gambaran langkah yang runtut sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik. Gambar 1.3 merupakan *flowchart* dari langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian pada Restoran Eito Curry Gading Serpong. Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini.

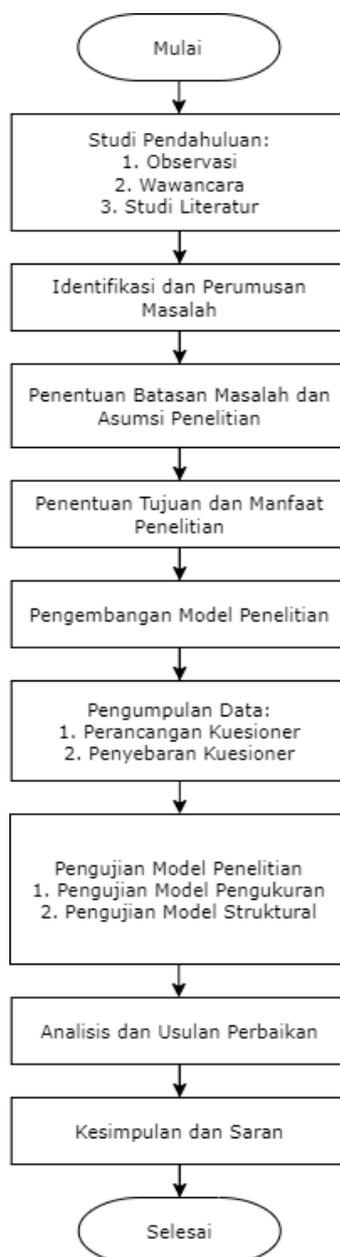
1. **Studi Pendahuluan**

Studi pendahuluan untuk penelitian ini dilakukan dengan 3 cara, yaitu melakukan observasi langsung pada Restoran Eito Curry Gading Serpong. Studi pendahuluan dengan cara kedua yaitu dengan melakukan wawancara langsung terhadap pemilik Restoran Eito Curry Gading Serpong dan pelanggan Restoran Eito Curry Gading. Cara terakhir yaitu dengan melakukan studi literatur, hal tersebut dilakukan sebagai acuan untuk mencari kerangka teoritis pada penelitian.

2. **Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Identifikasi masalah dilakukan dengan tujuan untuk mencari akar dari masalah yang terjadi di Restoran Eito Curry Gading Serpong. Identifikasi masalah dilakukan setelah studi pendahuluan dilakukan. Setelah melakukan identifikasi terkait masalah yang ada, dilakukan perumusan masalah untuk mengetahui hal yang perlu diselesaikan dari penelitian.

3. **Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian**
Batasan masalah dilakukan dengan tujuan agar penelitian terfokus sehingga cakupan yang diteliti tidak meluas. Selain batasan masalah, asumsi penelitian dilakukan dengan tujuan agar usulan yang diberikan untuk Restoran Eito Curry Gading Serpong spesifik dan tepat guna.
4. **Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian**
Tujuan penelitian dibutuhkan agar penelitian dilakukan secara jelas arahnya. Tujuan tersebut digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan. Selain itu, manfaat penelitian merupakan hal yang didapatkan oleh beberapa pihak dari penelitian ini. Pihak yang mendapatkan manfaat dari penelitian ini yaitu pemilik Restoran Eito Curry Gading Serpong serta pengembangan keilmuan.
5. **Pengembangan Model Penelitian**
Bagian ini akan dilakukan pengembangan model dimana model tersebut merupakan model niat beli ulang pelanggan terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong. Pengembangan model dilakukan berdasarkan sistem sebenarnya yang mempengaruhi niat beli ulang dimana dari setiap sistem yang berbeda pada setiap penelitian akan memiliki kemungkinan kesamaan dalam sistem tersebut.
6. **Pengumpulan Data**
Pengumpulan data dilakukan untuk mendukung penelitian ini karena data tersebut dibutuhkan dalam pemberian usulan perbaikan. Perancangan kuesioner dilakukan berdasarkan faktor-faktor yang diprediksi mempengaruhi niat beli ulang dimana faktor tersebut diperoleh berdasarkan hasil studi pendahuluan. Setelah perancangan kuesioner, dilakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah mengunjungi Restoran Eito Curry Gading Serpong.
7. **Pengujian Model Penelitian**
Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan data terkait data yang telah dikumpulkan. Pengujian model terbagi ke dalam 2 pengujian antara lain pengujian untuk model pengukuran seperti uji validitas dan uji reliabilitas dan pengujian untuk model struktural. Hasil pengujian model tersebut dilakukan untuk mendapatkan besaran atau bobot pengaruh dari setiap faktor terhadap niat beli ulang pelanggan.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

8. Analisis dan Usulan Perbaikan

Setelah dilakukan pengolahan data, maka perlu dilakukan analisis terhadap data yang diolah tersebut. Hasil analisis tersebut digunakan untuk mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap niat beli ulang pada Restoran Eito Curry Gading Serpong. Setelah mengetahui faktor tersebut, dilakukan perbaikan untuk Restoran Eito Curry Gading Serpong berdasarkan hasil analisis tersebut.

9. Kesimpulan dan Saran

Langkah terakhir yang dilakukan pada penelitian yaitu menentukan kesimpulan dari penelitian yang telah dijalani. Pada kesimpulan, akan menjawab rumusan masalah yang ada sehingga penelitian dikatakan berhasil. Saran ditujukan terhadap pihak pemilik Restoran Eito Curry Gading Serpong serta untuk pihak pengembangan keilmuan untuk penelitian selanjutnya.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada subbab ini akan menjelaskan mengenai sistematika penulisan dari penelitian yang dilakukan. Penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang terdiri dari pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, serta kesimpulan dan saran. Penjelasan terkait kelima bab adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah yang membahas mengenai masalah yang ada pada perusahaan, pembatasan masalah dan asumsi yang berisi asumsi yang diterapkan pada penelitian, tujuan penelitian yang akan menjawab permasalahan yang ada, manfaat penelitian yang akan ditujukan kepada pihak perusahaan dan peneliti selanjutnya, metodologi penelitian yang berisikan langkah yang akan dilakukan selama penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada tinjauan pustaka akan membahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini. Tentunya teori ini berdasarkan para ahli dan dari beberapa jurnal serta buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Dengan adanya teori-teori tersebut, usulan yang diberikan akan didasari pada pertimbangan teori yang telah dipaparkan pada tinjauan pustaka.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini terdiri dari pengumpulan data dan pengolahan data, data tersebut merupakan data yang didapatkan dari hasil penelitian. Pengumpulan data tersebut digunakan untuk pengolahan data, sedangkan untuk pengolahan data sendiri digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada. Pengumpulan data

dilakukan melalui penyebaran kuesioner kemudian dilakukan pengolahan data terkait hasil penyebaran kuesioner dengan metode terkait.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Setelah dilakukan pengolahan data pada bab sebelumnya, pada bagian ini akan menjelaskan mengenai analisis dari pengolahan data tersebut. Analisis tersebut juga bertujuan untuk mempertimbangkan usulan yang diberikan untuk meningkatkan niat beli ulang pelanggan terhadap Restoran Eito Curry Gading Serpong.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan memaparkan kesimpulan hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Selain itu, bagian ini akan memaparkan saran yang diberikan bagi pemilik Restoran Eito Curry Gading Serpong serta peneliti selanjutnya.