

**USULAN PERBAIKAN BAGI GERAJ *TOAST X*  
BERDASARKAN FAKTOR YANG BERPENGARUH  
TERHADAP KEPUASAN DAN MINAT BELI ULANG**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

Nama : Gabrielle Lysandra V. D.

NPM : 6131801125



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

***PROPOSED IMPROVEMENT FOR X TOAST  
OUTLETS BASED ON FACTORS AFFECTING  
SATISFACTION AND REPURCHASE INTEREST***

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

Nama : Gabrielle Lysandra V. D.

NPM : 6131801125



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Gabrielle Lysandra Vianney Dewantari  
NPM : 6131801125  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN BAGI GERAI TOAST X  
BERDASARKAN FAKTOR YANG BERPENGARUH  
TERHADAP KEPUASAN DAN MINAT BELI ULANG

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Agustus 2022

**Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri**

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

**Pembimbing Tunggal**

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



Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

## **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Gabrielle Lysandra Vianney Dewantari

NPM : 6131801125

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

***“USULAN PERBAIKAN BAGI GERAI TOAST X BERDASARKAN FAKTOR  
YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN DAN MINAT BELI ULANG”***

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 8 Agustus 2022

Gabrielle Lysandra Vianney Dewantari  
6131801125

## ABSTRAK

Makanan ringan (*snack*) merupakan salah satu sektor industri makanan dan minuman yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia. Salah satu bisnis makanan ringan yang ada di Indonesia adalah gerai *toast X*. Gerai *toast X* berdiri sejak tahun 2018 dan menjual berbagai olahan roti panggang. Belakangan ini, penjualan di gerai *toast X* mengalami penurunan dan tidak mampu mencapai target penjualan yang telah ditentukan. Persaingan dengan kompetitor diduga menjadi alasan terjadinya hal tersebut. Minat beli ulang di gerai *toast X* cenderung lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya. Rendahnya minat beli ulang tersebut diduga karena adanya ketidakpuasan konsumen yang membeli di gerai *toast X*. Oleh sebab itu, penelitian ini diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan minat beli ulang di gerai *toast X*. Faktor-faktor yang diduga memengaruhi kepuasan pelanggan dan minat beli ulang diidentifikasi melalui studi literatur dengan mempertimbangkan hasil wawancara dengan pemilik dan konsumen. Terdapat 9 buah hipotesis dalam penelitian ini yang kemudian diuji menggunakan metode PLS-SEM dengan 189 data yang terkumpul. Pengujian ini berhasil menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah *tangibles*, *reliability*, *empathy*, dan kualitas pelayanan. Selain itu, diperoleh pula hasil bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor yang memengaruhi minat beli ulang. Penelitian dilanjutkan dengan pemberian usulan terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan dan minat beli ulang. Secara keseluruhan, terdapat 5 buah usulan perbaikan yang diberikan bagi gerai *toast X* untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan minat beli ulang. Seluruh usulan tersebut telah diterima oleh pemilik gerai *toast X*.

## **ABSTRACT**

*Snack is one of the food and beverage industry sectors that is experiencing rapid growth in Indonesia. One of the snack businesses in Indonesia is the X toast outlet. The X toast outlet was established in 2018 and sells various baked breads. Recently, sales at the X toast outlet have decreased and have not been able to achieve the predetermined sales target. Competition with competitors is suspected to be the reason. Repurchase interest at toast X outlets tends to be lower than its competitors. The low interest in repurchasing is thought to be due to the dissatisfaction of consumers at toast X outlets. Therefore, this research is needed to find out what factors influence customer satisfaction and repurchase interest at toast X outlets. Factors that are thought to influence customer satisfaction and repurchase interest were identified through a literature study by considering the results of interviews with owners and consumers. There are 9 hypotheses in this study which were then tested using the PLS-SEM method with 189 data collected. This test has shown that the factors that influence customer satisfaction are tangibles, reliability, empathy, and service quality. In addition, the results also show that customer satisfaction is a factor that influences repurchase interest. The research is continued by giving suggestions to the factors that influence satisfaction and repurchase interest. Overall, there are 5 proposed improvements given to the X toast outlet to increase customer satisfaction and repurchase interest. All of these proposals have been accepted by the owner of the X toast outlet.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Usulan Perbaikan bagi Gerai *Toast X* Berdasarkan Faktor yang Berpengaruh terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana pada program studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan. Terdapat banyak pihak yang terlibat dalam penyusunan laporan ini. Oleh karena itu, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sangat sabar serta selalu memberikan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
2. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Bapak Yoon Mac Kinley Aritonang, Ph.D. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan untuk skripsi ini sehingga dapat disusun dengan lebih baik.
3. Bapak Yoon Mac Kinley Aritonang, Ph.D. dan Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen penguji sidang proposal yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan untuk skripsi ini sehingga dapat disusun dengan lebih baik.
4. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku Kepala Program Studi Sarjana dan Koordinator Skripsi Teknik Industri yang telah membantu penulis dalam menjalani proses administrasi selama penyusunan skripsi.
5. Pemilik gerai *toast X* cabang Paris Van Java yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh responden yang telah memberikan kesediannya untuk memberikan informasi melalui pengisian kuesioner dalam penelitian ini.
7. Orang tua dan keluarga penulis yang tidak pernah kenal lelah dalam memberi dukungan, saran, semangat, dan doa selama proses penelitian ini sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik.

8. Valentina Prisilla, Susan Angelia, Florentia Natasha, Maria Lovenia, Natasha Indira, Anna Herluina, dan teman-teman komunitas PENTAS yang selalu memberi dukungan, semangat, dan doa selama penyusunan skripsi ini.
9. Lisa Lusiana, Jeanetta Angelica, Valencia Angelica, dan teman-teman SP lainnya yang selalu membantu menguatkan, memberi saran, doa, perhatian, semangat, dan canda tawa sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
10. Amanda Kusuma, Ricardo Hans, Albert Calvino, dan teman-teman TI UNPAR lainnya yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak gerai *toast X* dan pembaca. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan maupun kesalahan kata pada penulisan skripsi ini. Penulis juga terbuka untuk kritik dan saran agar penelitian selanjutnya dapat dilakukan lebih baik lagi.

Bandung, 8 Agustus 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	I-5
I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-10
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-11
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-11
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-11
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Perilaku Konsumen.....	II-1
II.2 Keputusan Pembelian.....	II-2
II.3 Minat Beli Ulang.....	II-3
II.4 Kepuasan Konsumen .....	II-4
II.5 Model Penelitian Kepuasan dan Minat Beli Ulang .....	II-6
II.5.1 Penelitian Chandra dan Siaputra (2020).....	II-6
II.5.2 Penelitian Sari (2019) .....	II-8
II.5.3 Penelitian Jiwandono et al. (2019) .....	II-9
II.5.4 Penelitian Lutfi et al. (2021).....	II-10
II.6 Jenis Variabel Penelitian .....	II-11
II.7 Teknik <i>Sampling</i> .....	II-12
II.7.1 <i>Probability Sampling</i> .....	II-12
II.7.2 <i>Non-Probability Sampling</i> .....	II-13
II.8 Skala Pengukuran .....	II-14

II.9	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	II-15
II.10	Pengujian PLS-SEM .....	II-16
	II.10.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	II-17
	II.10.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	II-18
II.11	<i>Importance-Performance Map Analysis (IPMA)</i> .....	II-19
<b>BAB III PENGUMPULAN DATA DAN PENGUJIAN MODEL PENELITIAN...III-1</b>		
III.1	Model Penelitian.....	III-1
III.2	Operasionalisasi Variabel .....	III-5
III.3	Pengumpulan Data .....	III-9
	III.3.1 Perancangan Kuesioner Penelitian.....	III-9
	III.3.2 Uji Pendahuluan Kuesioner.....	III-10
	III.3.3 Penentuan Jumlah Sampel Minimum .....	III-12
	III.3.4 Seleksi Data Kuesioner .....	III-12
III.4	Profil Responden.....	III-13
III.5	Pengujian Model.....	III-15
	III.5.1 Evaluasi Model Pengukuran .....	III-17
	III.5.2 Evaluasi Model Struktural .....	III-23
III.6	Prioritas Perbaikan.....	III-28
<b>BAB IV ANALISIS..... IV-1</b>		
IV.1	Analisis Profil Responden .....	IV-1
IV.2	Analisis Evaluasi Model Penelitian .....	IV-2
IV.3	Analisis Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang .....	IV-4
IV.4	Analisis Penentuan Prioritas Perbaikan .....	IV-6
IV.5	Usulan Perbaikan .....	IV-9
	IV.5.1 Usulan Perbaikan Variabel <i>Reliability</i> .....	IV-9
	IV.5.2 Usulan Perbaikan Variabel Kualitas Makanan .....	IV-13
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... V-1</b>		
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran .....	V-2

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Faktor yang Memengaruhi Kepuasan dan Minat Beli Ulang Gerai <i>Toast X</i> .....	I-8
Tabel III.1	Hubungan Hasil Wawancara dengan Studi Literatur.....	III-2
Tabel III.2	Operasionalisasi Variabel.....	III-5
Tabel III.3	Hasil Uji Pendahuluan Kuesioner.....	III-10
Tabel III.4	Pengujian <i>Internal Consistency</i> Awal.....	III-17
Tabel III.5	<i>Outer Loading</i> Awal.....	III-18
Tabel III.6	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Awal.....	III-19
Tabel III.7	Perbandingan Nilai <i>Composite Reliability</i> dan AVE.....	III-19
Tabel III.8	Pengujian <i>Internal Consistency</i> Model Setelah Eliminasi Indikator.....	III-20
Tabel III.9	<i>Outer Loading</i> Model Setelah Eliminasi Indikator.....	III-21
Tabel III.10	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Setelah Eliminasi Indikator.....	III-22
Tabel III.11	Pengujian <i>Discriminant Validity</i> .....	III-23
Tabel III.12	Nilai VIF.....	III-24
Tabel III.13	Koefisien Jalur.....	III-24
Tabel III.14	<i>Total Effects</i> .....	III-25
Tabel III.15	Analisis Efek Mediasi.....	III-26
Tabel III.16	Nilai <i>R-Square</i> .....	III-27
Tabel III.17	Nilai <i>Performance</i> Gerai <i>Toast X</i> .....	III-28
Tabel III.18	Nilai <i>Importance</i> Gerai <i>Toast X</i> .....	III-29
Tabel IV.1	Urutan Prioritas Perbaikan Minat Beli Ulang.....	IV-7
Tabel IV.2	Urutan Prioritas Perbaikan Kepuasan Pelanggan.....	IV-8
Tabel IV.3	Kode Menu Saat Ini.....	IV-10
Tabel IV.4	Rekapitulasi Usulan Perbaikan <i>Reliability</i> .....	IV-10
Tabel IV.5	Kode Menu Usulan.....	IV-11
Tabel IV.6	Rekapitulasi Usulan Perbaikan Kualitas Makanan.....	IV-13



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Menu <i>Rainbow Cheese Toast</i> .....	I-2
Gambar I.2	Area Duduk Konsumen Gerai <i>Toast X</i> Paris Van Java.....	I-3
Gambar I.3	Penjualan Gerai <i>Toast X</i> Selama Tahun 2021 dan 2022.....	I-4
Gambar I.4	Jumlah Pengalaman Responden Membeli di Gerai <i>Toast X</i> .....	I-6
Gambar I.5	Minat Beli Ulang Gerai <i>Toast X</i> .....	I-7
Gambar I.6	Kepuasan Responden terhadap Gerai <i>Toast X</i> .....	I-7
Gambar I.7	Metodologi Penelitian .....	I-12
Gambar II.1	Model Penelitian Chandra dan Siaputra (2020) .....	II-7
Gambar II.2	Penelitian Sari (2019).....	II-8
Gambar II.3	Penelitian Jiwandono et al. (2019).....	II-9
Gambar II.4	Penelitian Lutfi et al. (2021) .....	II-10
Gambar II.5	Kuadran IPMA .....	II-20
Gambar III.1	Model Penelitian .....	III-5
Gambar III.2	Profil Responden Jenis Kelamin .....	III-13
Gambar III.3	Profil Responden Usia.....	III-14
Gambar III.4	Profil Responden Pekerjaan .....	III-14
Gambar III.5	Profil Responden Gerai Makanan Ringan yang Pernah Dikunjungi .....	III-15
Gambar III.6	Model Penelitian dengan SmartPLS 3.0.....	III-16
Gambar III.7	Model Penelitian Setelah Eliminasi Indikator.....	III-20
Gambar III.8	Hasil Pengujian Model.....	III-27
Gambar III.9	<i>Importance-Performance Map Analysis</i> Minat Beli Ulang .....	III-29
Gambar III.10	<i>Importance-Performance Map Analysis</i> Kepuasan Pelanggan .....	III-30
Gambar IV.1	Contoh Penulisan Informasi Pajak di Buku Menu .....	IV-12
Gambar IV.2	Contoh Rekomendasi <i>Timer</i> .....	IV-15



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A KUESIONER KEPUASAN DAN MINAT BELI ULANG.....A-1



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dilakukan pembahasan mengenai pendahuluan penelitian. Bab ini akan terbagi menjadi beberapa bagian yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Berikut merupakan pemaparan mengenai bagian-bagian tersebut.

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda-beda untuk menunjang kehidupannya. Zaman yang terus berkembang dan teknologi yang maju mendorong semakin beragamnya kebutuhan manusia. Namun dibalik keragaman tersebut, setiap manusia memiliki kebutuhan pokok yang sama dimana kebutuhan ini harus dipenuhi untuk dapat mempertahankan hidupnya, yaitu kebutuhan primer.

Makanan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Makanan menjadi kebutuhan manusia yang harus dipenuhi setiap harinya sehingga kebutuhan akan makanan ini tidak akan pernah berhenti. Bahkan untuk saat ini, makanan tidak hanya dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan, melainkan menjadi bagian dari gaya hidup manusia. Hal ini ditandai dengan semakin tingginya tingkat konsumsi makanan masyarakat Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik (2021) menyatakan bahwa pada tahun 2021 pengeluaran tertinggi masyarakat Indonesia berasal dari kelompok makanan dan minuman jadi.

Tingginya tingkat konsumsi masyarakat Indonesia mendorong adanya pertumbuhan pada industri makanan dan minuman di Indonesia. Berdasarkan tren data pertumbuhan industri, tercatat bahwa industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang positif sebesar 2,97% pada kuartal 3 tahun 2021 (Data Industri, 2021). Adanya peningkatan industri makanan dan minuman ini mampu menunjukkan persaingan yang semakin sengit antar sektor industri makanan dan minuman di Indonesia. Kini seluruh industri makanan dan minuman

didorong untuk mengembangkan bisnis makanan dan minuman secara lebih kreatif dan inovatif.

Makanan ringan (*snack*) merupakan salah satu sektor industri makanan dan minuman. Pada dasarnya makanan ringan dikonsumsi di luar waktu makan utama. Dalam survei yang dilakukan Mondelez International (2021), diperoleh bahwa masyarakat Indonesia cenderung lebih memilih makanan ringan untuk dikonsumsi daripada makanan berat. Survei tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat konsumsi makanan ringan tertinggi berada di kategori usia 16-30 tahun. Tingginya tingkat konsumsi makanan ringan ini mendorong banyaknya bisnis makanan ringan baru di tengah masyarakat, seperti churros, dimsum, cookies, croffle, roti panggang (*toast*), dan berbagai makanan ringan lainnya.

Gerai *toast X* merupakan salah satu bisnis makanan ringan di Indonesia berupa olahan roti panggang yang berdiri sejak tahun 2018. Target pasar dari gerai *toast X* adalah remaja kalangan menengah ke atas sehingga gerai *toast X* dapat dijumpai di mall yang tersebar di beberapa kota besar, seperti Bandung, Jakarta, Medan, Bali, dan lain sebagainya. Gerai *toast X* menjual roti panggang dengan ciri khas isian keju mozzarella beraneka rasa. Selain itu, gerai *toast X* juga menjual beberapa minuman olahan beraneka rasa. Harga produk yang ditawarkan oleh gerai *toast X* berkisar pada harga Rp 25.000,- hingga Rp 35.000,- per porsi. Gambar I.1 menunjukkan menu *Rainbow Cheese toast* yang menjadi menu andalan dari gerai *toast X*.



Gambar I.1 Menu *Rainbow Cheese Toast*

Gerai *toast X* melakukan penjualan secara langsung (*offline*) maupun secara *online* melalui GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Pada setiap gerai yang dimiliki gerai *toast X*, konsumen disediakan area untuk duduk sembari menikmati (*dine in*) atau menunggu menu gerai *toast X* yang dibeli. Area ini memiliki kapasitas hingga 15 konsumen. Pada umumnya, konsumen menghabiskan waktu sekitar 15-20 menit untuk berada di area tersebut. Gambar I.2 di bawah ini menunjukkan area *dine in* konsumen gerai *toast X* cabang Paris Van Java, Bandung.

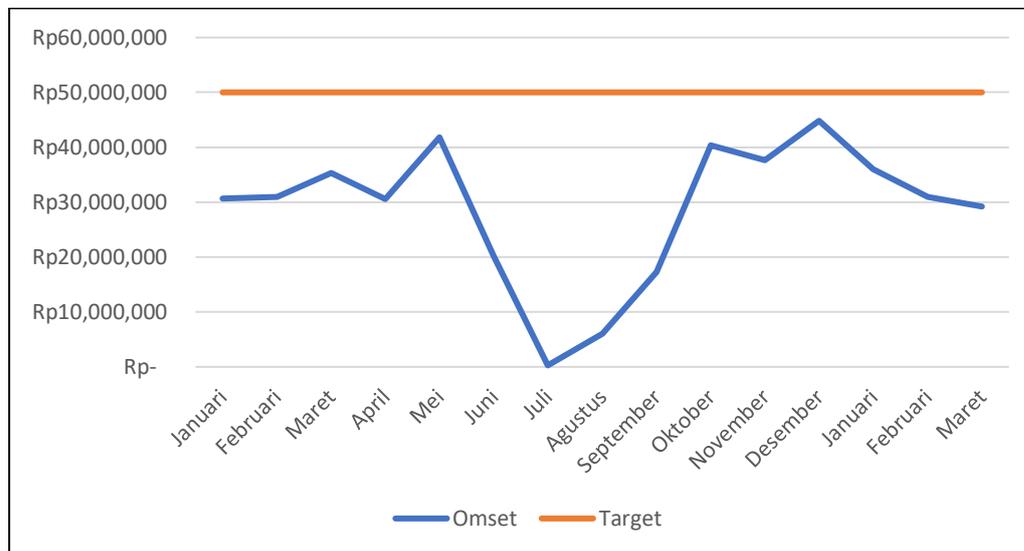


Gambar I.2 Area Duduk Konsumen Gerai *Toast X* Paris Van Java

Gerai *toast X* cabang Paris Van Java mengalami penjualan yang melesat di tahun awal pembukaannya. Pemilik menyampaikan bahwa setiap bulannya gerai *toast X* dapat memperoleh omset hingga ratusan juta. Namun, penjualan yang tinggi ini tidak berlangsung lama. Tahun 2020 merupakan tahun awal kemunduran dari penjualan gerai *toast X* cabang Paris Van Java.

Sejak tahun 2020 hingga tahun 2021, penjualan gerai *toast X* tidak dapat mencapai target yang telah ditetapkan, seperti yang terlihat pada Gambar I.3. Pada mulanya, target omset yang telah ditetapkan adalah sebesar Rp 90.000.000,- per bulannya. Namun, keadaan pandemi membuat pemilik gerai *toast X* melakukan perubahan target omset. Oleh sebab itu, ditetapkan target omset yang baru yaitu sebesar Rp 50.000.000,- di setiap bulannya. Pemilik

menuturkan bahwa target ini telah mempertimbangkan data penjualan di masa lalu dan memperhatikan faktor pandemi. Menurut pemilik, omset dari gerai *toast X* juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan operasional, seperti pembelian bahan baku, pembelian dan perawatan peralatan, biaya sewa, dan biaya tenaga kerja.



Gambar I.3 Penjualan Gerai *toast X* Selama Tahun 2021 dan 2022

Berdasarkan gambar I.3 di atas, dapat terlihat bahwa penjualan Gerai *toast X* di setiap bulannya tidak dapat mencapai target yang diinginkan. Pada bulan Juni hingga Agustus, penurunan penjualan yang sangat drastis terjadi karena faktor pandemi COVID-19 dimana akses mall sangat dibatasi sehingga tidak terlihat adanya penjualan yang baik pada bulan tersebut. Melihat sulitnya mencapai target yang diinginkan, pemilik menuturkan bahwa penentuan target omset dirasa sudah realistis dan tidak terlalu tinggi. Hal ini terjadi karena berdasarkan data penjualan di masa lalu, gerai *toast X* dapat mencapai omset lebih dari Rp 50.000.000,- setiap bulannya sehingga target yang telah ditetapkan ini memungkinkan untuk diperoleh gerai *toast X*. Selain itu, biaya sewa yang tinggi dan biaya bahan baku yang sewaktu-waktu fluktuatif juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi penentuan target omset gerai *toast X*.

Berdasarkan uraian di atas terlihat bahwa gerai *toast X* cabang Paris Van Java mengalami masalah ketidakmampuan dalam mencapai target yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu, perlu dilakukan upaya perbaikan secara segera pada gerai *toast X* cabang Paris Van Java agar penjualan dapat mencapai target yang

diharapkan. Selain itu, upaya ini juga dapat membantu Gerai *toast X* agar dapat bertahan dalam persaingan pasar.

## **I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Dalam tahap mencari akar permasalahan dan penyebab dari masalah yang terjadi di gerai *toast X* cabang Paris Van Java, dilakukan proses wawancara dengan pemilik dan pelanggan gerai *toast X*. Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara terstruktur dan dilakukan secara daring dengan menggunakan media telepon. Pada penelitian ini, gerai *toast X* yang diteliti hanyalah gerai *toast X* cabang Paris Van Java, Bandung.

Berdasarkan wawancara, pemilik mengungkapkan bahwa saat ini gerai *toast X* mengalami penurunan ketertarikan masyarakat yang ditandai dengan tidak tercapainya target penjualan. Pemilik menyampaikan beberapa dugaannya yang menjadi penyebab tidak tercapainya target penjualan gerai *toast X* tersebut. Menurut pemilik, saat ini kurang terlihat adanya konsumen yang melakukan pembelian berulang di gerai *toast X*. Sebagian besar konsumen yang datang merupakan konsumen yang baru pertama kali melakukan pembelian. Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh pemilik, sebagian besar konsumen gerai *toast X* akan mengunggah pengalaman membelinya di akun sosial media yang dimiliki serta menautkan sosial media milik gerai *toast X* dalam unggahannya tersebut. Namun, tidak terlihat adanya riwayat bahwa orang tersebut melakukan pembelian berulang di gerai *toast X*.

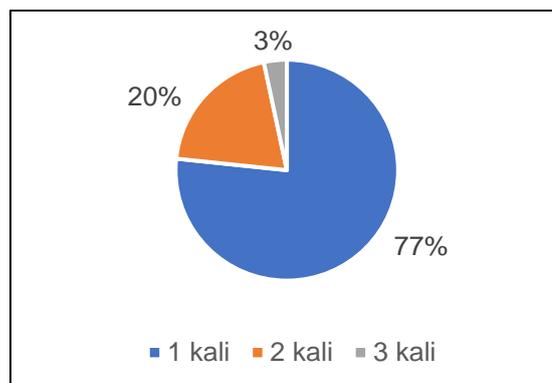
Menurut pemilik, konsumen tidak melakukan pembelian berulang karena adanya ketidakpuasan konsumen pada saat pembelian pertama. Hal ini ditandai dengan adanya beberapa komplain dari konsumen yang diterima pemilik. Komplain terbanyak yang diperoleh berkaitan dengan pelayanan yang lama sehingga cukup menyita banyak waktu konsumen. Menurut pemilik, hal tersebut terjadi karena proses penyajian memerlukan proses yang cukup panjang sehingga membutuhkan lebih banyak waktu. Pemilik juga menuturkan pernah mendapatkan komplain terkait kualitas makanan yang dijual oleh gerai *toast X*, seperti roti dan keju yang keras. Selain itu, pemilik juga pernah menerima komplain dari konsumen terkait pelayanan yang diberikan seperti pegawai yang kurang ramah pada saat melayani konsumen. Oleh sebab itu, banyak konsumen yang mengurungkan

niatnya untuk melakukan pembelian berulang di gerai *toast X* cabang Paris Van Java.

Saat ini gerai *toast X* sudah melakukan beberapa upaya perbaikan. Upaya perbaikan yang dilakukan sebagian besar hanya berfokus pada intensi pembelian ulang konsumen, seperti melakukan pemasaran lewat sosial media dan memberikan promo berupa potongan harga maupun *bundling*. Menurut pemilik, upaya ini cukup berpengaruh besar. Namun ketika promo tersebut dihilangkan, maka minat beli ulang konsumen juga menghilang.

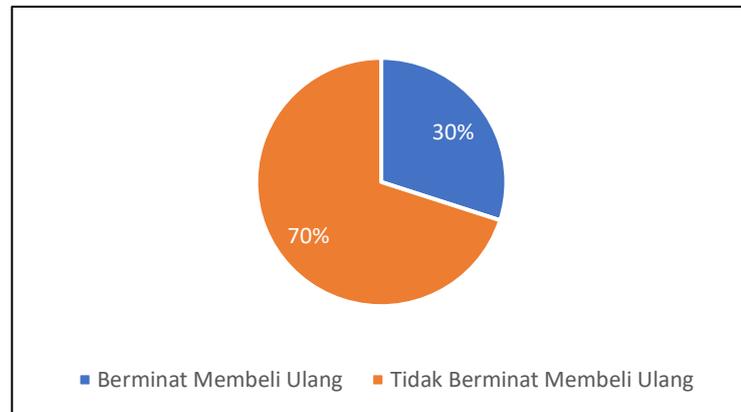
Dalam usaha mengatasi masalah ketidakpuasan konsumen, gerai *toast X* selalu berusaha untuk mengatasi segala komplain yang diterima. Namun saat ini komplain yang mampu diatasi oleh pemilik adalah komplain yang berkaitan dengan kualitas produk, seperti roti dan keju yang keras. Ketika gerai *toast X* menerima komplain terkait kualitas produk, biasanya pihak gerai *toast X* segera mengganti produk dengan menu dan jumlah yang sama seperti yang konsumen beli. Melihat hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa upaya-upaya perbaikan yang dilakukan gerai *toast X* dalam usaha meningkatkan minat beli ulang konsumen belum memberikan hasil yang maksimal.

Proses identifikasi masalah dilanjutkan dengan melakukan wawancara terhadap 30 orang yang merupakan konsumen dari gerai *toast X*. Wawancara ini dilakukan untuk melihat bagaimana minat beli ulang konsumen terhadap produk gerai *toast X*. Pertanyaan pertama mengarah pada jumlah pengalaman pembelian konsumen terhadap produk gerai *toast X*. Grafik *pie chart* pada Gambar 1.4 di bawah ini menunjukkan jawaban dari responden terkait pertanyaan tersebut.



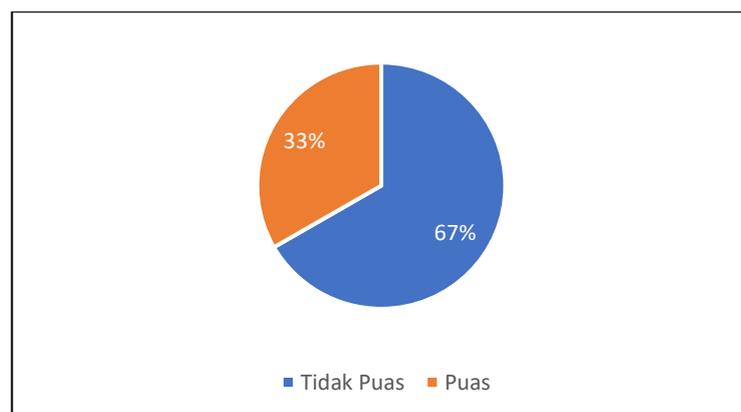
Gambar 1.4 Jumlah Pengalaman Responden Membeli di Gerai *Toast X*

Berdasarkan grafik *pie chart* di atas, dapat terlihat bahwa lebih dari 50% responden hanya melakukan pembelian sebanyak satu kali. Hal ini menunjukkan adanya tingkat pembelian ulang yang rendah. Selanjutnya, diajukan pertanyaan terkait minat beli ulang responden tersebut terhadap produk gerai *toast X*. Pertanyaan ini memberikan hasil seperti yang dapat dilihat pada Gambar I.5.



Gambar I.5 Minat Beli Ulang Gerai *Toast X*

Dalam wawancara yang sebelumnya telah dilakukan dengan pemilik, telah disampaikan dugaan oleh pemilik bahwa konsumen gerai *toast X* merasa tidak puas saat melakukan pembelian di gerai *toast X*. Menurutnya, hal inilah yang mendorong rendahnya minat beli ulang konsumen gerai *toast X*. Oleh sebab itu, diajukan pertanyaan terkait tingkat kepuasan konsumen pada saat melakukan pembelian di gerai *toast X*. Berdasarkan wawancara, diperoleh bahwa terdapat 67% responden yang merasa tidak puas dengan pembeliannya di gerai *toast X* seperti yang dapat dilihat pada Gambar I.6.



Gambar I.6 Kepuasan Responden terhadap Gerai *Toast X*

Berdasarkan pernyataan-pernyataan yang telah disampaikan responden, dapat terlihat rendahnya kepuasan dan minat beli ulang di gerai *toast X*. Terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan responden terhadap minat pembelian ulang pada gerai *toast X*. Dalam menjawab pertanyaan ini, setiap responden diberi kebebasan untuk menjawab lebih dari satu jawaban. Beberapa pertimbangan tersebut direkap pada Tabel I.1 di bawah ini.

Tabel I.1 Faktor yang Memengaruhi Kepuasan dan Minat Beli Ulang Gerai *Toast X*

No	Pertimbangan Menurut Responden	Frekuensi
<b>Minat Beli Ulang</b>		
1	Kepuasan pelanggan	14
2	Harga	1
<b>Kepuasan Pelanggan</b>		
1	Kualitas makanan	21
2	Kualitas pelayanan	19
3	Citra merek	6
4	Harga	3

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, dapat terlihat bahwa banyak responden yang tidak berminat untuk melakukan pembelian kembali di gerai *toast X*. Hal ini terjadi karena gerai *toast X* tidak dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen terhadap produk ataupun pelayanan dari gerai *toast X* pada saat melakukan pembelian seperti yang telah disampaikan responden pada Tabel I.1 di atas. Pernyataan responden tersebut dapat dijadikan landasan bahwa setiap konsumen memiliki beberapa faktor yang menjadi pertimbangannya untuk melakukan pembelian ulang di gerai *toast X*. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak merasa puas saat melakukan pembelian di gerai *toast X* sehingga gerai *toast X* perlu melakukan perbaikan untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen.

Woodside, Frey, dan Daly (1989) mengungkapkan bahwa keinginan konsumen untuk melakukan pembelian berulang salah satunya dipengaruhi oleh kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan. Minat beli ulang ini akan muncul ketika konsumen dan pihak manajemen perusahaan memiliki kesamaan persepsi akan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan. Dalam kata lain, ketika kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan ini timbul maka hal ini akan mendorong munculnya minat beli ulang konsumen.

Fornell (1992) dalam Sudarti dan Atika (2012) juga mengungkapkan bahwa ketika konsumen merasa puas, maka konsumen tersebut akan melakukan kunjungan kembali. Selain itu, konsumen yang merasa puas tidak ragu untuk menceritakan kepada orang lain mengenai pengalaman positifnya dalam pembelian. Hal ini mampu mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Chandra dan Siaputra (2020) telah melakukan penelitian pada salah satu restoran di Surabaya. Penelitian ini melihat bagaimana pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen berperan menjadi variabel mediatornya. Penelitian ini mampu memberikan hasil bahwa seluruh variabel dugaan tersebut, yaitu kualitas makanan, kualitas layanan, dan citra merek, memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan juga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang.

Sari (2019) melakukan penelitian terhadap minat beli ulang dan kepuasan pelanggan di sebuah *cafe*. Harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana *cafe* merupakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa seluruh variabel yang digunakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, minat beli ulang juga dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kepuasan pelanggan.

Jiwandono, Arifin, dan Hufron (2019) meneliti tentang minat beli ulang konsumen pada makanan lokal di Indonesia. Terdapat beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu harga, kualitas produk, promosi, dan lokasi. Melalui penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel harga, kualitas produk, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang konsumen.

Penelitian Lutfi, Arifin, dan Asiyah (2021) dilakukan terhadap sebuah *cafe*. Penelitian ini dilakukan untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Variabel independen yang digunakan adalah kualitas produk dan harga. Variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Mengingat pentingnya minat beli ulang konsumen terhadap gerai *toast X* cabang Paris Van Java, maka pemilik ingin mengetahui faktor-faktor yang dapat membantu pemilik dalam meningkatkan minat beli ulang konsumen. Adapun hal ini dilakukan agar penjualan di gerai *toast X* cabang Paris Van Java dapat mengalami peningkatan sehingga penjualan tersebut dapat mencapai target yang diinginkan. Oleh sebab itu, identifikasi yang lebih mendalam perlu untuk dilakukan agar dapat mengetahui apa saja faktor yang dapat membantu dalam meningkatkan minat beli ulang konsumen gerai *toast X* cabang Paris Van Java. Berdasarkan identifikasi terhadap gejala masalah yang terjadi, maka berikut merupakan rumusan masalah dari penelitian ini.

1. Apa saja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan dan minat beli ulang konsumen?
2. Bagaimana usulan perbaikan yang dapat diberikan kepada gerai *toast X* cabang Paris Van Java untuk meningkatkan kepuasan dan minat beli ulang konsumen?

### **I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Pada penelitian ini, terdapat beberapa batasan dan asumsi penelitian yang digunakan. Pembatasan masalah digunakan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih berfokus pada masalah yang akan diteliti. Berikut ini merupakan batasan masalah yang digunakan dalam penelitian.

1. Penelitian hanya dilakukan pada gerai *toast X* cabang Paris Van Java, Bandung.
2. Penelitian dilakukan terhadap responden yang sudah pernah melakukan pembelian di gerai *toast X* cabang Paris Van Java, Bandung.
3. Penelitian yang dilakukan hanya sampai pada tahap memberikan usulan perbaikan dan tidak sampai pada tahap implementasi usulan perbaikan.

Selanjutnya, terdapat pula asumsi yang digunakan dalam penelitian. Asumsi yang digunakan akan diterapkan untuk semua proses dalam penelitian ini. Adapun asumsi pada penelitian adalah tidak ada perubahan kebijakan terkait sistem kerja seperti pelayanan, kualitas produk, harga, fasilitas pada gerai *toast X* cabang Paris Van Java, Bandung selama penelitian berlangsung.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Terdapat beberapa tujuan dari dilakukannya penelitian terhadap gerai *toast X* Paris Van Java. Adapun tujuan penelitian ini disusun berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah. Berikut ini merupakan beberapa tujuan penelitian yang hendak dicapai dari penelitian ini.

1. Mengetahui dan menganalisis faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan dan minat beli ulang konsumen pada gerai *toast X* cabang Paris Van Java.
2. Memberikan usulan perbaikan untuk gerai *toast X* cabang Paris Van Java dalam meningkatkan kepuasan dan minat beli ulang konsumen.

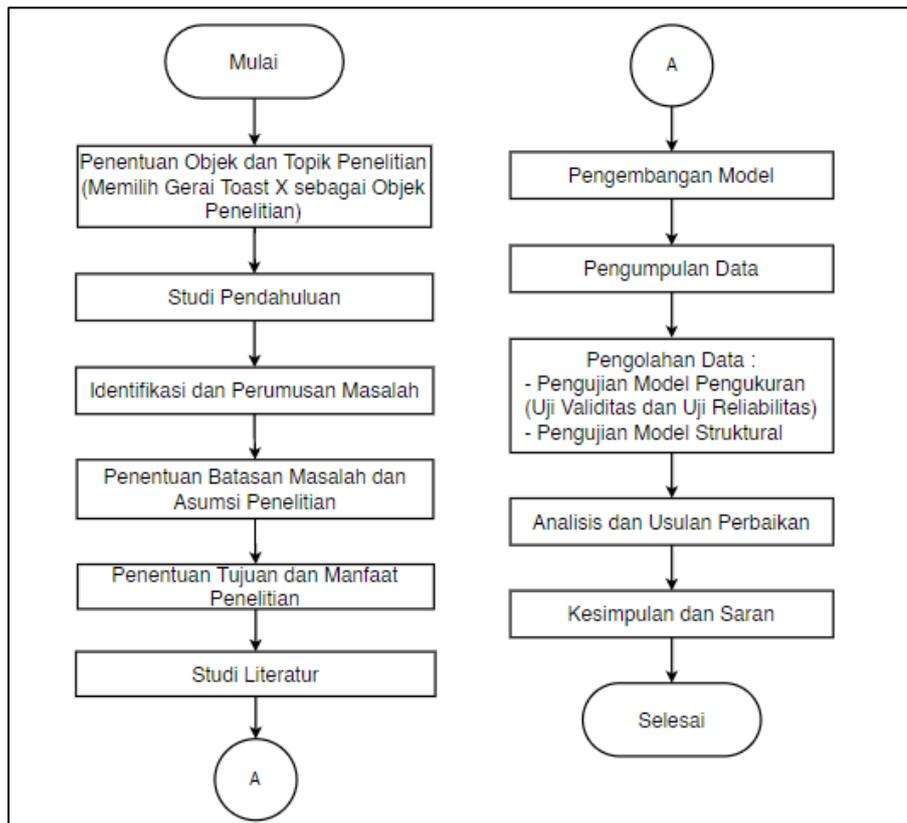
#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Pada bagian ini, akan dipaparkan mengenai beberapa manfaat dari penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan memiliki manfaat bagi beberapa pihak, yaitu gerai *toast X*, peneliti, dan pembaca. Berikut merupakan manfaat dari penelitian ini.

1. Memberikan informasi kepada gerai *toast X* mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan minat beli ulang konsumen.
2. Memberikan usulan perbaikan bagi gerai *toast X* untuk membantu dalam meningkatkan kepuasan dan minat beli ulang konsumen.
3. Memberikan wawasan dan pengetahuan baru bagi pembaca mengenai masalah yang dihadapi oleh gerai *toast X* serta usulan perbaikan untuk mengatasi masalah tersebut.

#### **I.6 Metodologi Penelitian**

Pada bagian ini, akan dipaparkan metodologi penelitian yang digunakan. Metodologi penelitian adalah tahapan-tahapan yang ditempuh dalam penelitian. Adapun metodologi penelitian disusun agar penelitian yang dilakukan lebih sistematis dan terarah sehingga tujuan dilakukannya penelitian dapat tercapai. Gambar I.7 merupakan *flowchart* yang menunjukkan metodologi penelitian tersebut.



Gambar I.7 Metodologi Penelitian

Berdasarkan *flowchart* pada gambar di atas, dapat terlihat bahwa terdapat 11 proses yang akan ditempuh dalam penelitian. Selanjutnya akan diberikan penjabaran mengenai masing-masing proses yang terdapat dalam metodologi penelitian. Berikut ini merupakan penjabaran dari masing-masing proses tersebut.

1. Penentuan Objek dan Topik Penelitian

Pada tahap ini, peneliti menetapkan gerai *toast* X sebagai objek dari penelitian. Penentuan ini dilakukan berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan bersama dengan pemilik gerai *toast* X, calon pelanggan, dan pelanggan gerai *toast* X. Wawancara tersebut memberikan hasil berupa masalah yang dihadapi oleh gerai *toast* X sehingga masalah tersebut menjadi topik dalam penelitian ini.

2. Studi Pendahuluan

Tahap ini merupakan tahap dimana peneliti memperkuat argumen melalui pendapat dari para ahli. Adapun tujuan dari dilakukannya tahap ini adalah

untuk memperkuat argumen yang sebelumnya diperoleh melalui wawancara awal. Tahap ini memberikan hasil berupa data yang digunakan untuk mempermudah proses identifikasi dan perumusan masalah.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dalam menggali lebih dalam permasalahan yang dihadapi, maka proses identifikasi dan perumusan masalah dilakukan. Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data awal untuk memperkuat penyebab terjadinya permasalahan di objek yang diteliti, seperti data penjualan, wawancara, dan lain sebagainya. Selain itu, perumusan masalah dilakukan untuk menjelaskan masalah apa yang hendak diselesaikan dalam penelitian secara lebih singkat dan spesifik.

4. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam penelitian ini, perlu ditentukan batasan masalah dan asumsi penelitian. Batasan penelitian ditentukan agar cakupan permasalahan yang diteliti tidak terlalu luas sehingga penelitian menjadi lebih terfokus sesuai dengan identifikasi dan perumusan masalah. Asumsi penelitian dibuat agar proses penelitian dapat lebih mudah untuk dilakukan.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada tahap ini, peneliti menyusun tujuan penelitian dimana tujuan ini didasarkan pada identifikasi dan rumusan masalah yang telah disusun. Selain itu, akan disusun juga beberapa manfaat dari dilakukannya penelitian. Manfaat dari penelitian mempertimbangkan manfaat untuk pemilik, peneliti, dan pembaca hasil penelitian.

6. Studi Literatur

Tahap ini merupakan tahap dimana peneliti mengumpulkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian. Teori-teori ini diperoleh melalui beberapa jurnal dan referensi penelitian lainnya. Studi literatur digunakan untuk menjadi dasar dalam pengembangan model penelitian dan pengolahan data.

7. Pengembangan Model Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka selanjutnya dibuat model penelitian yang sesuai. Selain itu, dilakukan pula studi

literatur penelitian serupa. Pada tahap ini, ditetapkan variabel-variabel penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian, yaitu minat beli ulang.

8. Pengumpulan Data

Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar ke responden. Sebelum kuesioner disebar, terlebih dahulu dilakukan perancangan kuesioner. Perancangan kuesioner ini didasarkan pada variabel dan indikator yang sebelumnya telah diperoleh melalui model penelitian.

9. Pengolahan Data

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan melalui beberapa tahap pengolahan. Pengolahan data dilakukan untuk menguji model pengukuran dan menguji model struktural. Pengujian model pengukuran dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan pengujian model struktural dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) karena akan menguji variabel-variabel yang terdapat dalam model penelitian.

10. Analisis dan Usulan Perbaikan

Hasil dari pengolahan data selanjutnya dianalisis. Setelah data di analisis, maka jawaban dari pertanyaan penelitian terjawab. Oleh sebab itu, peneliti dapat memberikan usulan perbaikan untuk gerai *toast X*.

11. Kesimpulan dan Saran

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam penelitian. Pada tahap ini, akan ditarik kesimpulan akhir yang merupakan jawaban dari rumusan masalah. Selain itu, dibuat pula saran yang ditujukan untuk penelitian selanjutnya yang serupa.

### **I.7 Sistematika Penulisan**

Bagian ini akan menjabarkan mengenai isi dalam penelitian ini. Penelitian dibagi menjadi beberapa bab yaitu Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Pengumpulan dan Pengolahan Data, Bab IV Analisis, dan Bab V Kesimpulan dan Saran. Berikut merupakan penjabaran mengenai hal tersebut.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian pendahuluan berisi mengenai hal-hal yang menjadi dasar dan alasan penelitian ini dilakukan. Bagian ini akan terdiri dari latar belakang masalah,

identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian tinjauan pustaka akan menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian berdasarkan hasil studi literatur. Adapun teori-teori ini akan digunakan untuk memperkuat argument. Selain itu, teori ini digunakan juga sebagai data pendukung dalam penelitian.

## **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bagian pengumpulan dan pengolahan data berisi berbagai tahapan yang dilalui dalam dilakukannya pengumpulan dan pengolahan data. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah survei dengan menyebarkan kuesioner. Seluruh data ini selanjutnya diolah secara statistik untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan dalam rumusan masalah.

## **BAB IV ANALISIS**

Bagian ini akan berisi analisis mendalam terhadap seluruh hasil dari pengumpulan dan pengolahan data. Analisis yang dilakukan akan menjabarkan segala hal yang dilakukan dalam penelitian terutama pada pengumpulan dan pengolahan data.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian kesimpulan dan saran berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari penelitian. Kesimpulan dibuat untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah yang telah dirumuskan pada bagian pendahuluan. Selanjutnya, saran akan diberikan pada bagian ini dan diajukan untuk penelitian-penelitian serupa.