

**USULAN PERBAIKAN PADA STREET BOBA GRAND  
WISATA BERDASARKAN FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI MINAT BELI ULANG SECARA  
DARING**

**SKRIPSI**

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

**Disusun oleh:**

**Nama : Mariska Gianni Darmawan**

**NPM : 6131801060**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2023**

**USULAN PERBAIKAN PADA STREET BOBA  
GRAND WISATA BERDASARKAN FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI MINAT BELI ULANG SECARA  
DARING**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

Nama : Mariska Gianni Darmawan  
NPM : 6131801060



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2023**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Mariska Gianni Darmawan  
NPM : 6131801060  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN PADA STREET BOBA GRAND  
WISATA BERDASARKAN FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI MINAT BELI ULANG SECARA  
DARING

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 28 Agustus 2023  
**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 : Mariska Gianni Darmawan  
NPM : 6131801060

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

### **“USULAN PERBAIKAN PADA STREET BOBA GRAND WISATA BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI ULANG SECARA DARING”**

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, 28 Juli 2023

Mariska Gianni Darmawan  
NPM : 6131801060

## ABSTRAK

Street Boba Grand Wisata merupakan salah satu cabang dari Street Boba yang bergerak di bidang *food and beverage* (F&B) dengan menjual minuman bubble tea yang berlokasi di Tambun, Bekasi. Pada tahun kedua berdirinya Street Boba Grand Wisata, penjualan terus mengalami penurunan setiap bulannya bahkan tidak jarang target penjualan setiap harinya tidak terpenuhi. Pemilik Street Boba Grand Wisata mengatakan bahwa pendapatan penjualan secara daring lebih rendah daripada penjualan secara luring. Menurutnya, terdapat banyak sekali kemungkinan yang dapat memengaruhi penurunan penjualan. Oleh karena itu, Street Boba Grand Wisata memerlukan usulan perbaikan yang sesuai dengan permasalahannya sehingga mampu meningkatkan penjualan Street Boba Grand Wisata secara daring. Penelitian diawali dengan melakukan studi literatur dan wawancara yang kemudian menghasilkan 5 hipotesis yaitu variabel kualitas produk, promosi penjualan, citra merek, harga dan kualitas pengiriman memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang secara daring. Dari 5 hipotesis tersebut menjadi sebuah model penelitian beserta operasionalisasi variabelnya yang menghasilkan sebanyak 27 indikator. Selanjutnya dilakukan penyebaran data menggunakan kuesioner dan data yang dihasilkan diolah menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Setelah pengolahan data, didapatkan hasil bahwa harga dan citra merek merupakan variabel yang memengaruhi minat beli ulang secara daring. Usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk variabel harga adalah kerjasama dengan aplikasi *online food delivery* dan untuk variabel citra merek adalah menambah informasi komposisi dan nilai gizi, aktif di *social media*, SOP pembuatan minuman, dan membuat *message on cup*.

## ABSTRACT

*Street Boba Grand Wisata is a branch of Street Boba which operates in the food and beverage (F&B) sector by selling bubble tea drinks located in Tambun, Bekasi. In the second year of the establishment of Street Boba Grand Wisata, sales continued to decrease every month and it was not uncommon for the daily sales targets can not be reached. The owner of Street Boba Grand Wisata said that online sales revenue was lower than offline sales. According to her, there are many possibilities that could affect the decline in sales. Therefore, Street Boba Grand Wisata requires suggestions for improvements that are appropriate to the problem so as to increase sales of Street Boba Grand Wisata online. The research began with conducting literature studies and interviews which then produced 5 hypotheses, namely product quality, sales promotion, brand image, price and delivery quality variables that had a positive influence on online repurchase intentions. The 5 hypotheses become a research model along with the operationalization of the variables which produce 27 indicators. Then the data was distributed using a questionnaire and the resulting data was processed using the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. After processing the data, the results show that price and brand image are variables that influence online repurchase intentions. Proposed improvements that can be made for the price variable are cooperation with online food delivery applications and for the brand image variable are adding composition information and nutrition facts, being active on social media, SOP for making drinks, making message on cup.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas segala kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik sampai menghasilkan skripsi yang berjudul “Usulan Perbaikan Pada Street Boba Grand Wisata Berdasarkan Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Ulang Secara Daring”. Skripsi ini telah mencapai tahap akhir dan dapat diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana pada program studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari adanya pihak yang telah membantu dan berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis akan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya khususnya untuk:

1. Allah Swt., atas segala kasih penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dengan sabar dan terus memberikan motivasi serta saran kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen penguji skripsi serta Ibu Yani Herawati, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal yang senantiasa memberikan masukan dan kritik agar pengerjaan skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Kepada seluruh dosen Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberi ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan yang namanya tidak bisa disebutkan satu-persatu.
5. Pemilik Street Boba cabang Grand Wisata yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan data yang diperlukan oleh penulis selama proses pengerjaan skripsi.
6. Kedua orang tua serta kakak-kakak penulis yang selalu memberikan dukungan dan doanya dalam melakukan penyusunan skripsi.

7. Teman-teman penulis yang juga senantiasa memberikan dukungan dan menyemangati dalam melakukan penyusunan skripsi.
8. Pihak keluarga Bandung yang selalu menawarkan dan memberikan tempat tinggal sementara untuk keperluan skripsi di Bandung.
9. Serta pihak-pihak lain yang telah membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan baik dalam penulisan maupun materi yang masih perlu disempurnakan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan selalu mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini dan untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan.

Bandung, 14 Juli 2023



Mariska Gianni D.

# 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>1</b>
I.1    Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2    Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	I-6
I.3    Pembatasan 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    Minat Beli Ulang .....	II-1
II.2    Penelitian Minat Beli Ulang Sebelumnya .....	II-2
II.3    Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i> .....	II-3
II.4    Skala Pengukuran .....	II-3
II.5    PLS-SEM.....	II-4
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....	<b>III-1</b>
III.1    Model Penelitian .....	III-1
III.2    Operasionalisasi Variabel .....	III-5
III.3    Pengumpulan Data.....	III-8
III.3.1    Penyusunan Kuesioner Penelitian .....	III-8
III.3.2 <i>Pre-test</i> Kuesioner Penelitian .....	III-8
III.3.3    Penentuan Jumlah Sampel dan Teknik <i>Sampling</i> .....	III-10
III.3.4    Seleksi Data Kuesioner .....	III-10
III.4    Profil Responden .....	III-10

III.5	Pengujian Model Penelitian .....	III-12
III.5.1	Evaluasi Model Pengukuran .....	III-13
III.5.2	Evaluasi Model Struktural .....	III-19
III.6	Penentuan Prioritas Perbaikan .....	III-22
<b>BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....</b>		<b>IV-1</b>
IV.1	Analisis Profil Responden .....	IV-1
IV.2	Analisis Model Pengukuran .....	IV-2
IV.3	Analisis Model Struktural .....	IV-4
IV.4	Usulan Perbaikan .....	IV-6
IV.4.1	Usulan Perbaikan Harga.....	IV-7
IV.4.2	Usulan Perbaikan Citra Merek .....	IV-9
IV.5	Analisis Usulan Perbaikan .....	IV-11
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>V-1</b>
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-1
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Alasan Responden Tidak Ingin/ Ragu Melakukan Pembelian Ulang ...	I-8
Tabel I.2 Rekapitulasi Ulasan Google dan Aplikasi <i>Online Food Delivery</i> . ....	I-9
Tabel III.1 Faktor Minat Beli Ulang Secara Daring .....	III-1
Tabel III.2 Keterkaitan Hasil Studi Literatur dan Studi Pendahuluan .....	III-2
Tabel III.3 Operasionalisasi Variabel.....	III-5
Tabel III.4 Hasil <i>Pre-test</i> Kuesioner .....	III-9
Tabel III.5 Profil Responden .....	III-11
Tabel III.6 Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	III-13
Tabel III.7 Nilai AVE.....	III-14
Tabel III.8 Nilai <i>Outer Loading</i> .....	III-14
Tabel III.9 Nilai <i>Outer Loading</i> Eliminasi 1 .....	III-15
Tabel III.10 Nilai <i>Outer Loading</i> Akhir .....	III-17
Tabel III.11 Perbandingan Nilai AVE.....	III-17
Tabel III.12 <i>Cross Loadings</i> .....	III-18
Tabel III.13 <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	III-19
Tabel III.14 Nilai VIF .....	III-19
Tabel III.15 <i>Path Coefficient</i> .....	III-20
Tabel III.16 Hasil $R^2$ .....	III-21
Tabel III.17 Prioritas Perbaikan.....	III-22
Tabel III.18 Rata-rata Minat Beli Ulang .....	III-23
Tabel IV.1 Rekapitulasi Usulan Perbaikan .....	IV-11



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Street Boba Grand Wisata .....	I-3
Gambar I.2 Penjualan Street Boba Grand Wisata.....	I-4
Gambar I.3 Perbandingan Penjualan Street Boba Grand Wisata.....	I-5
Gambar I.4 <i>Pie Chart</i> Minat Beli Ulang Responden Secara Daring.....	I-7
Gambar I.5 Contoh Ulasan dari Aplikasi <i>Online Food Delivery</i> .....	I-9
Gambar I.6 Metodologi Penelitian.....	I-12
Gambar III.1 Model Penelitian.....	III-4
Gambar III.2 Model Penelitian menggunakan SmartPLS .....	III-12
Gambar III.3 Model Penelitian Akhir.....	III-21
Gambar IV.1 Promo pada Aplikasi <i>Online Food Delivery</i> .....	IV-8
Gambar IV.2 Komposisi dan Informasi Nilai Gizi.....	IV-9
Gambar IV. 3 SOP .....	IV-10
Gambar IV.4 <i>Message on Cup</i> .....	IV-13



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	A-1
LAMPIRAN B UJI NORMALITAS DATA .....	B-1
LAMPIRAN C SOP .....	C-1



# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai pendahuluan dari penelitian. Bab ini dibagi menjadi beberapa subbab yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian serta sistematika penulisan.

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

Perkembangan dunia bisnis saat ini terus berkembang pesat dan selalu mengalami perubahan. Bisnis sendiri merupakan sebuah kegiatan yang mencakup produksi, penjualan, serta pembelian baik dalam bentuk barang ataupun jasa. Tujuan dari berbisnis pun adalah untuk menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya sehingga tak jarang dari bisnis yang dijalani mendapat persaingan yang ketat. Banyak sekali bidang bisnis yang dapat dijalankan salah satunya adalah bisnis di bidang *food and beverage* (F&B).

Bisnis F&B merupakan bisnis yang bergerak di bidang produksi dan penjualan makanan maupun minuman. Makanan dan minuman adalah salah satu kebutuhan pokok manusia untuk bertahan hidup sehingga bisnis kuliner merupakan salah satu sektor bisnis yang memiliki pertumbuhan pendapatan yang tinggi. Berdasarkan data yang didapatkan pada Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, pada triwulan I tahun 2022, industri makanan dan minuman menyumbang sebesar 37,77% dari PDB industri pengolahan non migas. Salah satu bisnis F&B yang sedang banyak peminatnya saat ini adalah *bubble tea*.

*Bubble tea* merupakan sebuah minuman yang ditemukan oleh Liu Han Chien pada tahun 1987 di Taiwan. *Bubble tea* merupakan sebuah minuman campuran antara susu, teh dan juga boba yaitu salah satu olahan kenyal yang terbuat dari tepung tapioka dan gula aren. Minuman *bubble tea* juga biasanya disajikan di dalam cup plastik dan diberi es batu untuk kemudian diminum dalam keadaan yang dingin. Minuman *bubble tea* ini mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2019 dan menjadi sangat populer di kalangan masyarakat karena rasanya yang lezat. Terdapat beberapa merk internasional yang pertama kali menjual

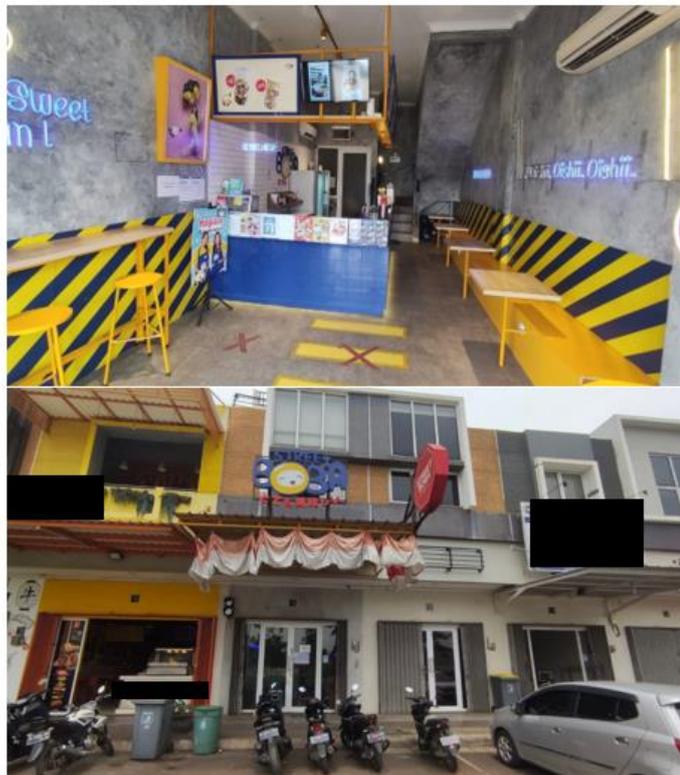
*bubble tea* di Indonesia seperti Tiger Sugar, Diagon Alley, Xing Fu Tang dan lainnya.

Melihat minat beli *bubble tea* di Indonesia yang selalu meningkat, dibuka juga beberapa brand *bubble tea* asli Indonesia salah satunya adalah Street Boba yang berada di bawah naungan Nikmat Group. Street Boba didirikan pada awal tahun 2020 tepatnya pada tanggal 31 Januari 2020 di daerah Ampera, Jakarta oleh Jovi Adhiguna. Street Boba merupakan sebuah toko minuman yang menjual beberapa jenis minuman dengan bahan baku utama yaitu susu dan boba seperti milk tea, *bubble tea*, dan beberapa jenis minuman segar lainnya. Tak hanya menjual minuman, Street Boba juga menjual makanan ringan yaitu donat kentang dengan *topping* coklat, keju, maupun gula halus. Nuansa yang dipakai oleh Street Boba adalah nuansa Jepang yang dapat dilihat pada interior, promosi pada *social media*, serta nama minuman yang digunakan salah satunya yaitu Shibuya Fresh Milk yang merupakan menu unggulan Street Boba.

Seiring berjalannya waktu, Street Boba menawarkan kemitraan (*franchise*) yang dibuka untuk umum bagi siapa saja yang mau melakukan kerjasama dan membuka *franchise* Street Boba. Untuk menjadi mitra Street Boba, diperlukan biaya pengeluaran di awal yaitu biaya kemitraan, biaya perlengkapan awal dan biaya stok awal yang akan diberikan untuk pihak pusat Street Boba. Biaya tersebut belum termasuk kedalam biaya sewa dan konstruksi, jasa *design interior*, dan perlengkapan untuk 1 *store*. Terdapat dua lokasi yang ditawarkan oleh Street Boba yaitu pinggir jalan/ ruko dan mall dengan syarat penyebaran antar *store* Street Boba harus berjarak 3 km. Setelah melakukan perjanjian kontrak dengan pihak Street Boba, mitra Street Boba akan mendapatkan lisensi kemitraan selama 3 tahun. Selain itu, dengan biaya tersebut mitra Street Boba akan mendapatkan media promosi dalam bentuk file yaitu menu, *banner* dan *flyer*, desain, sistem POS kasir, *training* selama 4 hari sebelum dan saat awal buka dan buku SOP. Segala hal yang berkaitan dengan *store* secara umum diolah langsung dari pusat seperti menu, harga, media sosial dan lainnya. Pihak Street Boba juga mewajibkan mitranya untuk membayarkan 5% *management fee* setiap bulannya berdasarkan omzet penjualan.

Street Boba sampai saat ini sudah mendirikan total 169 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia yang salah satunya berada di daerah Tambun, Bekasi yaitu Street Boba Grand Wisata yang didirikan di sebuah ruko perumahan

Grand Wisata. Street Boba Grand Wisata merupakan salah satu *franchise* Street boba yang berdiri pada akhir tahun 2020 tepatnya pada tanggal 4 Desember 2020 yang merupakan cabang Street Boba ke-62 dari total 84 cabang Street Boba yang masih beroperasi tersebar di seluruh Indonesia. Jumlah karyawan yang bekerja pada Street Boba Grand Wisata saat ini adalah sebanyak 8 orang karyawan serta 1 orang *supervisor* yang dibagi ke dalam 2 *shift*. Waktu operasional yang digunakan oleh Street Boba Grand wisata dimulai pada pukul 10.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB setiap harinya dengan persiapan membuka toko dimulai pada pukul 8.00 WIB dan membersihkan toko hingga pukul 23.00 WIB. Gambar 1 berikut merupakan foto dari Street Boba Grand Wisata.

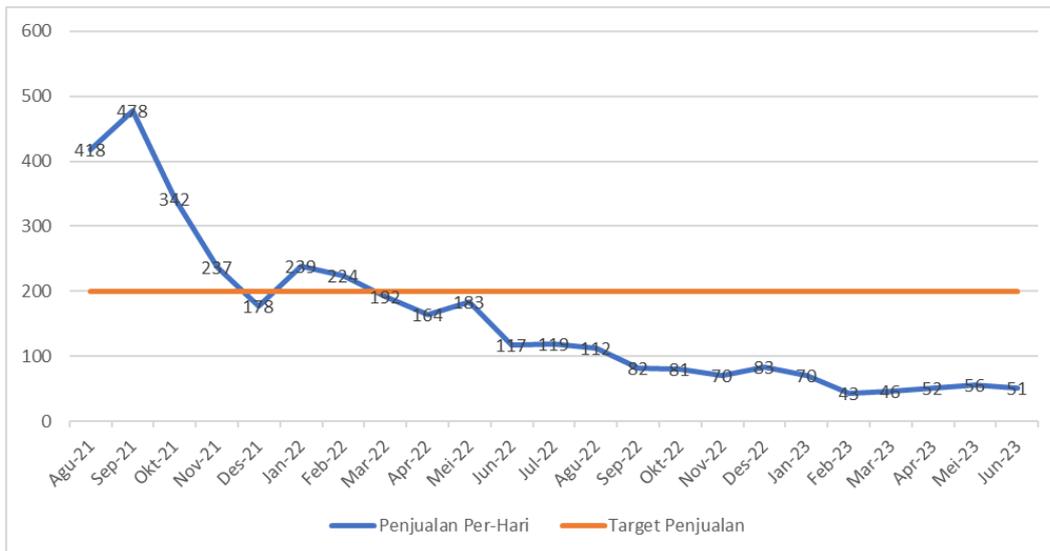


Gambar I.1 Street Boba Grand Wisata

Gambar I.1 tersebut menunjukkan bagian dalam dan luar dari toko Street Boba Grand Wisata. Sisi sebelah kanan toko memiliki total 4 meja yang dapat diisi sebanyak 8 orang, dan pada sisi kiri toko memiliki meja *bar* panjang yang dapat diisi oleh 3 orang. Ruko yang digunakan sebagai tempat Street Boba Grand Wisata memiliki 2 lantai, namun pengunjung hanya bisa menggunakan lantai 1 sebagai tempat untuk duduk karena lantai 2 dipakai untuk penyimpanan bahan baku serta toilet saja.

Target penjualan yang ditentukan oleh pihak Street Boba adalah dengan menjual sebanyak 200 *cup* minuman per harinya. Untuk mencapai target tersebut, Street Boba Grand Wisata menyediakan layanan pembelian minumannya secara luring maupun daring. Pembelian secara daring dapat dilakukan melalui aplikasi *online food delivery* seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood.

Permasalahan yang terjadi pada Street Boba Grand Wisata adalah penjualan setiap bulannya selalu menurun bahkan tidak jarang target penjualan setiap harinya tidak terpenuhi. Menurut pemilik Street Boba Grand Wisata, 1 tahun terakhir merupakan penjualan terburuk sepanjang membuka tokonya karena memiliki hasil penjualan yang berbanding jauh dengan penjualan pada bulan-bulan sebelumnya. Pemilik juga mengatakan bahwa target penjualan yang tadinya selalu memenuhi target per hari yaitu 200 *cup* sudah tidak pernah tercapai lagi semenjak tahun 2022. Dengan membuat rata-rata penjualan per-*cup* sebesar Rp 24.000, maka Gambar I.2 berikut merupakan hasil rata-rata penjualan harian Street Boba Grand Wisata pada Agustus 2021 sampai Juni 2023.

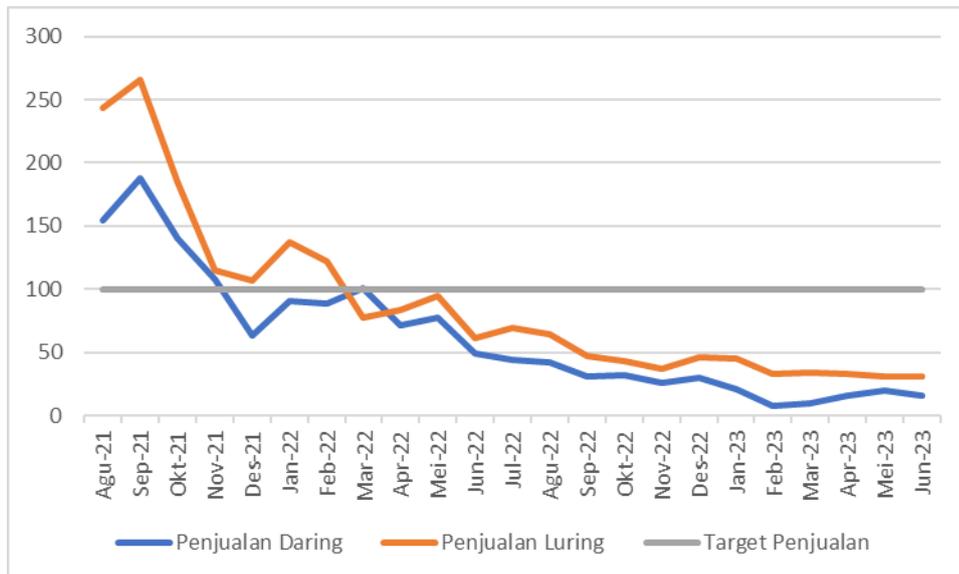


Gambar I.2 Penjualan Street Boba Grand Wisata

Berdasarkan Gambar I.2, dapat dilihat bahwa penjualan Street Boba Grand Wisata cenderung terus mengalami penurunan selama 2 tahun terakhir. Penjualan Street Boba Grand Wisata pada Agustus 2021 sampai November 2021 selalu mencapai target yaitu 200 *cup* per hari. Kemudian penjualan tidak mencapai target pada bulan Desember 2021 dan mengalami kenaikan pada bulan Januari 2022 dan Februari 2022 yang kemudian turun kembali semenjak Maret 2022 dan tidak pernah lagi mencapai target. Selain itu, pada Gambar I.2 juga dapat dilihat

bahwa penjualan yang terjadi di Street Boba Grand Wisata setiap bulannya selalu mengalami pengurangan sedikit demi sedikit dengan rata-rata penjualan selama 3 bulan terakhir hanya sekitar 50 *cup* saja perharinya.

Untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada toko miliknya, pemilik Street Boba Grand Wisata membagi target untuk masing-masing penjualan luring dan daring yaitu sebanyak 100 *cup* per hari. Pada penjualan secara luring, harga rata-rata per-*cup* adalah Rp 24.000. Berbeda dengan penjualan secara luring, penjualan daring memiliki harga yang cukup jauh yaitu sebesar Rp 29.000. Pada awal pembukaan toko sampai September 2022, harga penjualan daring adalah sebesar Rp 27.000. Namun, dikarenakan komisi pada aplikasi *online food delivery* semakin bertambah besar, maka penjualan secara daring semenjak Oktober 2022 hingga saat ini adalah sebesar Rp 29.000. Gambar I.3 berikut merupakan hasil perbandingan rata-rata penjualan harian Street Boba Grand Wisata secara luring dengan menggunakan rata-rata penjualan per-*cup* sebesar Rp 24.000 dan daring dengan rata-rata penjualan per-*cup* sebesar Rp 29.000.



Gambar I.3 Perbandingan Penjualan Street Boba Grand Wisata

Berdasarkan Gambar I.3, dapat dilihat grafik perbandingan penjualan luring yang digambarkan dengan warna oranye dan penjualan daring dengan warna biru beserta dengan targetnya yaitu 100 *cup* perhari. Pada Gambar I.3 tersebut, penjualan Street Boba Grand Wisata untuk luring maupun daring seluruhnya terus mengalami penurunan. Apabila dibandingkan untuk keduanya, garis berwarna biru selalu berada di bawah garis berwarna oranye yang

mengartikan bahwa penjualan daring memiliki penjualan yang lebih rendah dibandingkan dengan penjualan luring. Maka dari itu, fokus utama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penjualan secara daring.

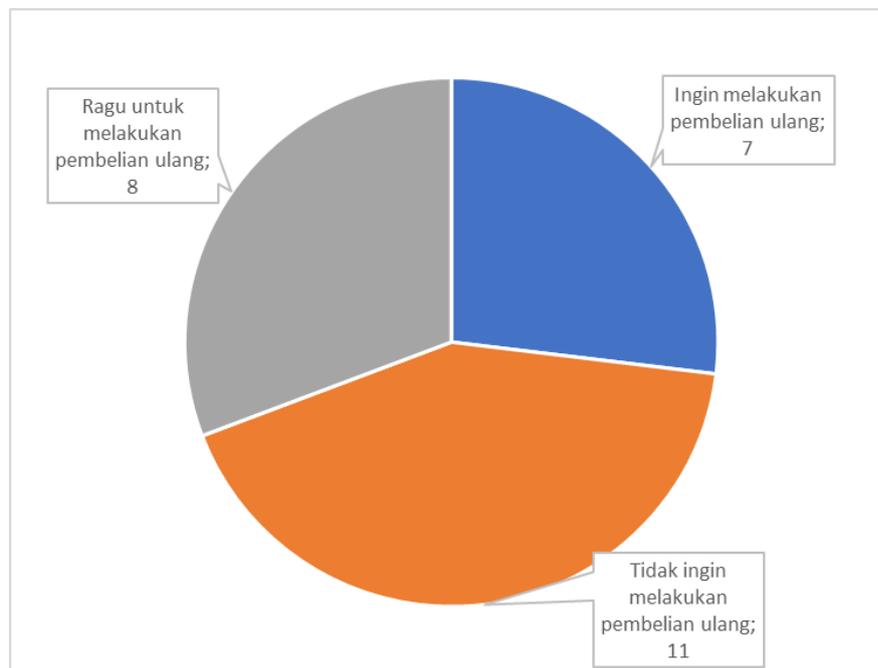
Berdasarkan paparan yang ada di atas, terdapat permasalahan yang terjadi di Street Boba Grand Wisata yaitu penurunan penjualan sampai tidak memenuhi target penjualan. Kondisi ini perlu ditindaklanjuti agar Street Boba Grand Wisata dapat terus melanjutkan serta meningkatkan penjualannya sampai tercapainya target yang ditentukan. Oleh karena itu, perlu dilakukan identifikasi masalah untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi penurunan penjualan pada Street Boba Grand Wisata secara daring.

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

Untuk mengetahui penyebab dari permasalahan pada Street Boba Grand Wisata yaitu tidak tercapainya target harian, maka dilakukan wawancara kepada pemilik Street Boba Grand Wisata. Pemilik mengatakan bahwa dirinya sendiri tidak mengetahui penyebab pasti apa yang menjadi permasalahan yang terjadi di toko minumannya, namun dirinya menduga beberapa hal yang mungkin memengaruhi penurunan penjualan pada Street Boba Grand Wisata. Beberapa dugaan tersebut antara lain adalah bahan baku yaitu boba yang terlalu keras atau terlalu hancur, *cup* tidak tersegel dengan benar, kurang variasi minuman, terdapat binatang di minuman dan pesanan yang sering kali terlewat/ tidak lengkap. Dugaan dari pemilik Street Boba Grand Wisata didapatkan karena pemilik sering kali melihat ulasan yang diberikan pelanggan melalui Google dan aplikasi *online food delivery* serta adanya komplain yang didapatkan secara langsung. Komplain yang didapatkan secara langsung oleh pemilik Street Boba Grand Wisata adalah terdapat binatang di minumannya dan pesanan yang tidak lengkap.

Selain itu, pemilik juga menduga bahwa penurunan penjualan disebabkan oleh pelanggan yang pernah membeli di Street Boba Grand Wisata tidak kembali lagi. Pada awal tahun pertama, Street Boba Grand Wisata bisa melampaui target hingga 2x lipat tetapi seiring berjalannya waktu penjualan Street Boba Grand Wisata hanya bisa  $\frac{1}{4}$  saja dari targetnya. Hal inilah yang membuat pemilik menduga bahwa permasalahannya juga dikarenakan pelanggan yang tidak membeli kembali minuman *bubble tea* di Street Boba Grand Wisata.

Setelah melakukan wawancara terhadap pemilik Street Boba Grand Wisata, dilakukan juga wawancara kepada 26 responden secara acak. Responden yang dipilih merupakan responden yang menjadi target pasar Street Boba Grand Wisata secara daring dengan jarak maksimal 3 km. Wawancara dilakukan dengan menanyakan apakah responden mengetahui dan pernah membeli Street Boba Grand Wisata secara daring. Hasil dari wawancara tersebut mengatakan bahwa 100% dari responden mengetahui Street Boba Grand Wisata dan pernah melakukan pembelian di Street Boba Grand Wisata secara daring. Kemudian wawancara dilanjutkan dengan menanyakan apakah para responden berminat untuk melakukan pembelian ulang di Street Boba Grand Wisata secara daring. Hasil wawancara mendapati bahwa sebanyak 7 responden berminat melakukan pembelian ulang secara daring, 11 responden tidak berminat melakukan pembelian ulang secara daring, dan 8 responden ragu untuk melakukan pembelian ulang secara daring. Gambar 1.4 berikut merupakan *pie chart* berdasarkan minat beli ulang secara daring responden Street Boba Grand Wisata.



Gambar 1.4 Minat Beli Ulang Responden Secara Daring

Pertanyaan lanjutan juga diberikan untuk menanyakan alasan responden mengenai pertimbangan apa saja yang menjadikan mereka untuk tidak ingin melakukan pembelian ulang maupun ragu untuk melakukan pembelian ulang di Street Boba Grand Wisata secara daring. Pada Tabel 1.1 berikut merupakan hasil

rekapitulasi alasan responden tidak ingin/ragu untuk melakukan pembelian ulang pada Street Boba Grand Wisata Secara daring yang diberikan oleh 19 responden untuk Street Boba Grand Wisata.

Tabel I.1 Alasan Responden Tidak Ingin/ Ragu Melakukan Pembelian Ulang

No	Faktor	Jumlah Responden
1	Harga	14
2	Promo/diskon yang sedikit	10
3	Jarak dan ongkos kirim	8
4	Rasa & kualitas minuman	6
5	Tumpah di perjalanan	3
6	Kurang variasi minuman	1

Pada Tabel I.1 tersebut, didapatkan beberapa alasan yang disampaikan oleh responden. Alasan yang disampaikan tersebut paling banyak adalah mengenai harga. Para responden mengatakan bahwa harga yang dijual secara daring memiliki perbedaan yang cukup besar dibandingkan dengan harga yang dijual secara langsung. Beberapa responden yang mengatakan hal tersebut pernah melakukan pembelian secara luring maupun mengetahui harga aslinya melalui Instagram Street Boba. Selain itu, terdapat juga pertimbangan lainnya yang diberikan oleh responden yaitu sedikitnya diskon yang diberikan oleh Street Boba Grand Wisata. Kemudian jarak dan ongkos kirim juga menjadi salah satu pertimbangan responden menjadi tidak ingin atau ragu untuk melakukan pembelian ulang di Street Boba Grand Wisata. Terdapat juga beberapa alasan lainnya yaitu rasa dan kualitas minuman tidak konsisten, tumpah saat di perjalanan serta kurang variasi minuman.

Saat melakukan wawancara dengan pemilik Street Boba Grand Wisata, pemilik mengatakan bahwa dirinya sering melihat ulasan yang diberikan oleh pelanggan melalui Google ataupun aplikasi *online food delivery*. Baginya, ulasan yang baik harus dipertahankan serta ulasan buruk dapat dijadikan bahan untuk melakukan evaluasi toko. Gambar I.5 berikut merupakan contoh *rating* rendah serta ulasan buruk yang terdapat di aplikasi *online food delivery*.



Gambar I.5 Contoh Ulasan dari Aplikasi *Online Food Delivery* (Sumber: Gojek)

Gambar I.5 menunjukkan bahwa terdapat pelanggan Street Boba Grand Wisata yang memberikan *rating* rendah serta ulasan kurang baik terhadap pengalamannya dalam membeli minuman secara daring. Tabel I.2 berikut merupakan hasil rekapitulasi ulasan buruk dari beberapa pelanggan yang pernah membeli di Street Boba Grand Wisata berdasarkan Google dan juga aplikasi *online food delivery* selama 1 tahun terakhir yang berkaitan dengan permasalahan yang didapatkan secara daring.

Tabel I.2 Rekapitulasi Ulasan Google dan Aplikasi *Online Food Delivery*.

No	Ulasan	Jumlah Responden
1	Kualitas minuman yang buruk (boba, susu, dll)	7
2	Salah mendapatkan orderan/ pesanan tidak lengkap	6
3	Memerlukan waktu yang lama	3
4	Boba sedikit	2
5	Pengemasan yang buruk	2
6	Rasa kurang enak	1
7	Promo tidak dijalankan	1
8	Terdapat hewan dalam minumannya	1

Berdasarkan Tabel I.2 tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa pelanggan mendapatkan pengalaman yang kurang baik dalam melakukan transaksi di Street Boba Grand Wisata yang melakukan pembelian secara daring. Menurut Jalilvand dan Samiei (2012), ulasan atau eWOM adalah suatu bentuk pengungkapan kesan terhadap barang atau jasa setelah digunakan oleh konsumen untuk diinformasikan kepada konsumen lain agar mendapatkan pandangan awal terhadap apa yang ingin dibelinya.

Berdasarkan paparan tersebut, ulasan-ulasan yang diberikan oleh pelanggan Street Boba Grand Wisata secara *online* dapat memengaruhi minat beli ulang.

Berdasarkan data-data yang telah didapatkan berdasarkan identifikasi masalah, didapatkan beberapa masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang memengaruhi minat beli ulang produk minuman *bubble tea* secara daring?
2. Usulan perbaikan apa saja yang dapat diberikan untuk meningkatkan minat beli ulang secara daring pada Street Boba Grand Wisata?

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

Dalam penelitian ini, ditentukan pembatasan masalah agar penelitian yang dilakukan lebih terfokuskan serta cakupannya tidak terlalu luas. Pembatasan masalah yang dilakukan dalam penelitian Street Boba Grand Wisata adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di Street Boba cabang Grand Wisata, Tambun, Bekasi.
2. Penelitian dibatasi dengan wewenang cabang.
3. Penelitian dilakukan dengan melihat fenomena yang terjadi selama bulan Agustus 2021 sampai Juni 2023.
4. Penelitian dilakukan hanya sampai usulan tidak implementasi.

Selain pembatasan masalah, adapun asumsi dari penelitian yang dilakukan pada Street Boba Grand Wisata yaitu tidak terjadi perubahan atau penambahan menu, harga dan kualitas pelayanan selama penelitian berlangsung.

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

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diperoleh tujuan dalam melakukan penelitian mengenai Street Boba Grand Wisata. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi minat beli ulang produk minuman *bubble tea* secara daring.
2. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan minat beli ulang secara daring pada Street Boba Grand Wisata.

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

Adapun manfaat yang didapatkan dalam melakukan penelitian ini pada Street Boba Grand Wisata bagi pengembangan keilmuan adalah sebagai berikut:

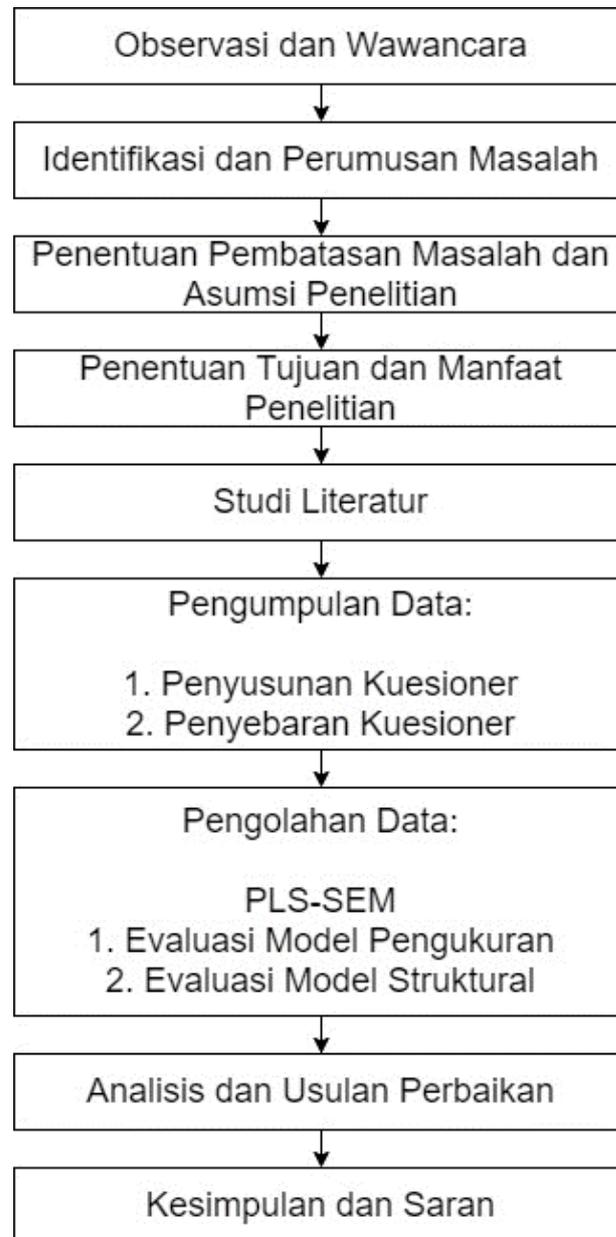
1. Sebagai alat untuk melakukan proses pemecahan masalah dan pengambilan keputusan.

Selain bagi pengembangan keilmuan, terdapat juga manfaat penelitian yang dilakukan pada Street Boba Grand Wisata untuk pemiliknya yaitu:

1. Pemilik dapat mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi minat beli ulang secara daring terhadap Street Boba Grand Wisata.
2. Pemilik dapat mengimplementasikan langsung hasil dari penelitian ini untuk mengembangkan penjualan pada Street Boba Grand Wisata.

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

Metodologi penelitian diperlukan guna menciptakan kegiatan serta hasil akhir dari laporan yang terstruktur. Metodologi penelitian berisikan langkah-langkah yang diambil dalam melakukan penelitian. Gambar I.6 berikut merupakan *flowchart* dari penelitian ini.



Gambar I.6 Metodologi Penelitian

Berdasarkan *flowchart* pada Gambar I.6 tersebut, berikut akan dijabarkan penjelasan dari masing-masing langkah yang ada.

1. Observasi dan Wawancara

Langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mendatangi dan mengamati secara langsung Street Boba Grand Wisata dalam menjual minumannya. Dilakukan juga wawancara kepada pemilik Street Boba Grand

Wisata untuk mengetahui permasalahan apa saja yang sedang terjadi pada Street Boba Grand Wisata.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Langkah kedua yang dilakukan adalah dengan mengidentifikasi dan merumuskan masalah. Langkah ini dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap responden yang pernah membeli minuman pada Street Boba Grand Wisata secara daring serta melihat ulasan yang terdapat pada aplikasi *online food delivery*. Setelah mengidentifikasi masalah yang terjadi pada Street Boba Grand Wisata, kemudian dilakukan perumusan masalah berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan tersebut.

3. Penentuan Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Langkah ketiga yang dilakukan adalah dengan menentukan pembatasan masalah serta asumsi dari penelitian. Penentuan pembatasan masalah dilakukan guna membuat penelitian terfokus pada masalah yang ada, serta penentuan asumsi penelitian dilakukan guna mempermudah penelitian.

4. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Langkah keempat yang dilakukan adalah dengan menentukan tujuan serta manfaat dari penelitian. Tujuan penelitian dibuat untuk menjawab mengapa penelitian dilakukan yang ditentukan berdasarkan rumusan masalah. Selain tujuan penelitian, manfaat penelitian juga ditentukan untuk mengetahui manfaat penelitian ini dibuat bagi pengembangan keilmuan dan bagi pemilik masalah.

5. Studi Literatur

Langkah kelima yang dilakukan adalah studi literatur. Studi literatur digunakan untuk menambah ilmu mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini serta dapat dijadikan acuan dalam menentukan model serta metode penelitian mengenai minat beli ulang. Studi literatur dapat dilakukan dengan melihat buku serta jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

6. Pengumpulan Data

Langkah keenam yang dilakukan adalah melakukan pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyusun kuesioner penelitian berdasarkan variabel yang didapatkan dari studi literatur. Selanjutnya, kuesioner yang telah disusun akan disebar untuk mendapatkan data sebanyak jumlah yang sudah ditentukan.

#### 7. Pengolahan Data

Langkah ketujuh yang dilakukan adalah pengolahan data. Pada bagian ini, pengolahan data dilakukan dengan metode PLS-SEM menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. pengolahan data dibagi menjadi 2 yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural. Evaluasi model pengukuran merupakan pengujian reliabilitas dan validitas. Pengujian reliabilitas digunakan dengan melihat nilai *Composite Reliability*, kemudian pengujian validitas menggunakan *convergent validity* dan *discriminant validity*. Sedangkan untuk evaluasi model struktural digunakan untuk mendapatkan *path coefficient*.

#### 8. Analisis dan Usulan Perbaikan

Langkah kedelapan yang dilakukan adalah melakukan analisis serta memberikan usulan perbaikan. Analisis dilakukan guna menjabarkan serta menjelaskan hasil dari pengolahan data yang dilakukan sebelumnya. Setelah itu, usulan perbaikan diberikan untuk Street Boba Grand Wisata.

#### 9. Kesimpulan dan Saran

Langkah kesembilan atau langkah terakhir dalam penelitian ini adalah menentukan kesimpulan dan saran. Kesimpulan dilakukan dengan menjawab tujuan penelitian berdasarkan hasil yang telah didapatkan saat pengolahan data dan analisis. Saran dilakukan guna memberikan masukan untuk penelitian serupa selanjutnya.

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

Dalam melakukan penulisan laporan penelitian, diperlukan sistematika penulisan. Sistematika penulisan bertujuan untuk membuat laporan menjadi lebih rapi dan terstruktur sehingga mudah dibaca. Bagian ini berisikan rencana penulisan dari bab 1 sampai bab 5. Berikut merupakan sistematika penulisan penelitian.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab I Pendahuluan akan menjelaskan mengenai 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 II Tinjauan Pustaka, akan dipaparkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian untuk dijadikan sebagai dasar dari informasi dalam melakukan penelitian. Selain itu juga, teori yang disampaikan akan digunakan dalam melakukan pengolahan data serta analisis dalam melakukan penyelesaian masalah. Tinjauan pustaka terdiri dari 5 bagian mengenai minat beli ulang, penelitian terdahulu, teknik pengumpulan data, skala pengukuran serta *Partial Least Square Structural Equation Model*.

## BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada Bab III Pengumpulan dan Pengolahan Data akan menjelaskan mengenai model penelitian berdasarkan studi pendahuluan, operasionalisasi variabel, pengumpulan data serta pengolahan data menggunakan metode penelitian PLS-SEM dengan bantuan SmartPLS 4.0. Selain itu, pada bab ini akan ditentukan urutan prioritas perbaikan untuk nantinya diberikan usulan perbaikan berdasarkan tingkat kepentingannya.

## BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada Bab IV Analisis dan Usulan Perbaikan, akan dijelaskan mengenai analisis dari hasil pengolahan data yang sudah dilakukan. Selanjutnya, akan dijelaskan juga usulan perbaikan mengenai masalah yang terjadi beserta dengan analisis hasil usulan perbaikan tersebut.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V Kesimpulan dan Saran akan diberikan kesimpulan yang menjawab rumusan masalah serta saran yang dibuat untuk penelitian selanjutnya.

