

USULAN UPAYA PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO REJEKI BARU

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Caleen Belinda

NPM 6131901122



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

USULAN UPAYA PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO REJEKI BARU

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Caleen Belinda

NPM 6131901122



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Caleen Belinda
NPM : 6131901122
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN UPAYA PENINGKATAN MINAT BELI
KONSUMEN DI TOKO REJEKI BARU

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 29 Agustus 2023
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**



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

Pembimbing Tunggal



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



PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Caleen Belinda

NPM : 6131901122

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:
USULAN UPAYA PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO TEKSTIL

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

Caleen Belinda
NPM : 6131901122

ABSTRAK

Industri tekstil dan produk tekstil merupakan salah satu sektor unggulan yang mencatat kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Salah satu toko yang bergerak di bidang tekstil adalah Toko Rejeki Baru yang berada di kota Bandung. Berdasarkan identifikasi masalah, penjualan di Toko Rejeki Baru sangat berfluktuatif untuk setiap bulannya tetapi cenderung mengalami penurunan. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko tekstil. Dalam penelitian ini didapatkan sebanyak 8 buah variabel yang digunakan yaitu produk, kualitas pelayanan, harga, suasana toko, lokasi, kepercayaan konsumen, distribusi, dan minat beli konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang pernah mengunjungi toko tekstil sebanyak 93 data. Hasil dari penyebaran kuesioner yang dapat digunakan dan dapat diolah sebanyak 86 data. Setelah itu, dilakukan pengujian model penelitian menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Modeling*). Dari hasil pengujian model pengukuran didapatkan bahwa model sudah valid dan reliabel. Kemudian, hasil dari pengujian model struktural menunjukkan bahwa terdapat 4 buah variabel yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen yaitu kepercayaan konsumen, produk, lokasi, dan suasana toko. Berdasarkan variabel yang mempengaruhi akan diperoleh 7 buah usulan yang diberikan untuk meningkatkan minat beli konsumen di toko tekstil yaitu memperbolehkan untuk melakukan penukaran atau retur barang, menambah metode pembayaran seperti qris, hingga menyediakan penjualan melalui *online*.

ABSTRACT

The textile and textile product industry is one of the leading sectors that has recorded a significant contribution to economic growth. One of the shops engaged in textiles is Toko Rejeki Baru, which is located in the city of Bandung. Based on problem identification, sales at Toko Rejeki Baru fluctuate every month but tend to decrease. Therefore, this research was conducted to find out what factors influence consumer buying interest in textile shops. In this study, there were 8 variables used, namely product, service quality, price, store atmosphere, location, consumer trust, distribution, and consumer buying interest. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 93 respondents who had visited textile shops. The results of distributing questionnaires that can be used and can be processed are 86 data. After that, the research model was tested using the PLS-SEM (Partial Least Square-Structural Equation Modeling) method. From the results of testing the measurement model, it was found that the model was valid and reliable. Then, the results of testing the structural model show that there are 4 variables that influence consumer buying interest, consumer trust, product, location, and store atmosphere. Based on the influencing variables, 7 suggestions will be obtained to increase consumer buying interest in textile shops, namely allowing the exchange or return of goods, adding payment methods, until providing online sales.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan baik dan lancar yang berjudul “Usulan Upaya Peningkatan Minat Beli Konsumen Di Toko Tekstil”. Dalam menyusun penelitian skripsi, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam membantu dan mendukung selama proses penyelesaian dan penyusunan penelitian skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan kesabaran, memberikan saran dan masukan, serta telah meluangkan waktu dari kesibukannya sebagai dosen dan mengarahkan penulis dari awal hingga akhir penelitian skripsi ini.
2. Ibu Dr. Hotna Sitorus, S.T., M.M. dan Ibu Clara Theresia, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal yang telah memberikan masukan yang berguna bagi penelitian skripsi ini.
3. Ibu Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku ketua program studi S1 Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.
4. Seluruh dosen Program Studi Teknik Industri UNPAR atas ilmu pengetahuan dan wawasan yang telah diberikan kepada penulis.
5. Orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moral dan materil selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Chaterine, Patricia, Fiona, Lusi, dan SURS yang selalu mendukung dan membantu selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman kelas A TI UNPAR 2019 yang telah membuat masa kuliah semakin berwarna.
8. Seluruh teman-teman TI UNPAR angkatan 2019 yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi dan kebersamaan selama kuliah di Teknik Industri.
9. Seluruh pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu dan telah mendukung dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis juga meminta maaf jika terdapat kekurangan dalam penulisan penelitian skripsi ini. Maka dari itu, penulis sangat berterima kasih apabila terdapat kritik, saran atau masukan dari pembaca.

Bandung, 28 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
1.1 Latar Belakang Masalah	I-1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	I-8
1.4 Tujuan Penelitian.....	I-8
1.5 Manfaat Penelitian	I-8
1.6 Metodologi Penelitian.....	I-9
1.7 Sistematika Penulisan.....	I-13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Perilaku Konsumen	II-1
II.2 Keputusan Pembelian.....	II-3
II.3 Minat Beli.....	II-5
II.3.1 Penelitian Maulidia et al	II-6
II.3.2 Penelitian Hayani (2021).....	II-7
II.3.3 Penelitian Herlissha & Fitari (2021)	II-8
II.4 Teknik <i>Sampling</i>	II-9
II.4.1 <i>Probability Sampling</i>	II-9
II.4.2 Non-Probability Sampling	II-10
II.5 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	II-10
II.5.1 PLS-SEM.....	II-11
II.5.2 Jumlah Sampel	II-12
II.5.3 Evaluasi Model Pengukuran	II-12

II.5.4 Evaluasi Model Struktural	II-14
II.6 <i>Matrix Importance-Performance Map Analysis (IPMA)</i>	II-15
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	III-1
III.1 Identifikasi Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	III-1
III.2 Pengembangan Model Penelitian.....	III-2
III.3 Operasionalisasi Variabel	III-8
III.4 Perancangan Kuesioner	III-11
III.4.1 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	III-11
III.4.2 <i>Pre-test</i> Kuesioner	III-15
III.5 Pengumpulan Data	III-17
III.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	III-17
III.5.2 Penentuan teknik <i>sampling</i>	III-18
III.5.3 Penyebaran Kuesioner	III-18
III.6 Pengolahan Data	III-19
III.6.1 Identitas atau Profil Responden.....	III-19
III.6.2 Pengujian Model Penelitian	III-23
III.7 Performansi Variabel yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Tekstil	III-41
BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN	IV-1
IV.1 Analisis Profil Responden.....	IV-1
IV.2 Analisis Hasil Model Pengukuran	IV-3
IV.3 Analisis Hasil Model Struktural.....	IV-4
IV.4 Prioritas Usulan Peningkatan Minat Beli	IV-5
IV.5 Usulan Perbaikan	IV-6
V.6.1 Usulan Terkait Faktor Kepercayaan Konsumen	IV-6
V.6.2 Usulan Terkait Faktor Produk.....	IV-8
V.6.3 Usulan Terkait Faktor Suasana Toko.....	IV-9
V.6.4 Usulan Terkait Faktor Lokasi.....	IV-10
IV.7 Evaluasi Usulan Perbaikan.....	IV-10
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1

V.2 Saran.....V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Jumlah Konsumen yang Berkunjung ke Toko Rejeki Baru	I-4
Tabel I. 2 Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Terhadap Toko Tekstil	I-5
Tabel III. 1 Hasil Wawancara dengan Konsumen	III-1
Tabel III. 2 Rekapitulasi Faktor yang Teridentifikasi	III-3
Tabel III. 3 Pendefinisian Variabel dan Penentuan Indikator	III-8
Tabel III. 4 Hasil Kuesioner	III-13
Tabel III. 5 Hasil <i>Pre-test</i>	III-16
Tabel III. 6 Nilai <i>Composite Reliability</i>	III-25
Tabel III. 7 <i>Nilai Outer Loading</i> Awal	III-26
Tabel III. 8 Hasil <i>Outer Loading</i> Iterasi Pertama Keseluruhan	III-27
Tabel III. 9 Hasil Penghapusan Indikator KP3, KP5, L4, dan SA2	III-29
Tabel III. 10 Hasil <i>Outer Loading</i> Iterasi Kedua Keseluruhan	III-29
Tabel III. 11 Hasil Penghapusan Indikator K2, KP2, dan SA1	III-31
Tabel III. 12 Hasil <i>Outer Loading</i> Iterasi Ketiga Keseluruhan	III-31
Tabel III. 13 Hasil Penghapusan Indikator MB2	III-32
Tabel III. 14 Hasil Nilai <i>Outer Loading</i> Akhir	III-33
Tabel III. 15 Nilai AVE	III-34
Tabel III. 16 Nilai Cross-Loading	III-35
Tabel III. 17 Nilai Fornell-Lacker	III-36
Tabel III. 18 Nilai VIF	III-37
Tabel III. 19 Nilai Path Coefficient	III-38
Tabel III. 20 Nilai Koefisien Determinasi	III-41
Tabel III. 21 Nilai Rata-Rata Variabel yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Rejeki Baru	III-41
Tabel IV. 1 Prioritas Usulan	IV-6
Tabel IV. 2 Usulan Terkait Faktor Kepercayaan Konsumen	IV-7
Tabel IV. 3 Usulan Terkait Faktor Produk	IV-8
Tabel IV. 4 Usulan Terkait Faktor Suasana Toko	IV-9

Tabel IV. 5 Evaluasi Perbaikan..... IV-10

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Grafik Omset Toko Rejeki Baru Bulan Mei 2021-April 2023	I-3
Gambar I. 2 Metodologi Penelitian	I-10
Gambar II. 1 Model Konseptual Penelitian Maulidia et al	II-6
Gambar II. 2 Model Konseptual Penelitian Hayani (2021)	II-7
Gambar II. 3 Model Konseptual Penelitian Herlissha & Fitari (2021)	II-8
Gambar II. 4 Model Jalur PLS-SEM	II-11
Gambar II. 5 Tahapan Prosedur <i>Measurement Model</i>	II-14
Gambar II. 6 Matrix Importance Performance Analysis	II-16
Gambar III. 1 Kumulatif Jumlah Faktor yang Teridentifikasi	III-2
Gambar III. 2 Pengembangan Model Penelitian	III-5
Gambar III. 3 Hasil Persentase Rentang Usia Responden.....	III-19
Gambar III. 4 Hasil Persenntase Jenis Kelamin Responden	III-20
Gambar III. 5 Hasil Persentase Domisili Responden	III-21
Gambar III. 6 Hasil Persentase Pekerjaan Responden	III-21
Gambar III. 7 Hasil Persentase Toko Tekstil yang Paling Sering Dikunjungi Responden	III-22
Gambar III. 8 Model Penelitian Pada SmartPLS	III-24
Gambar III. 9 Model Penelitian Akhir	III-40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan pendahuluan dari penelitian ini. Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, batasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan. Pembahasan masing-masing bagian akan dijelaskan sebagai berikut.

I.1 Latar Belakang Masalah

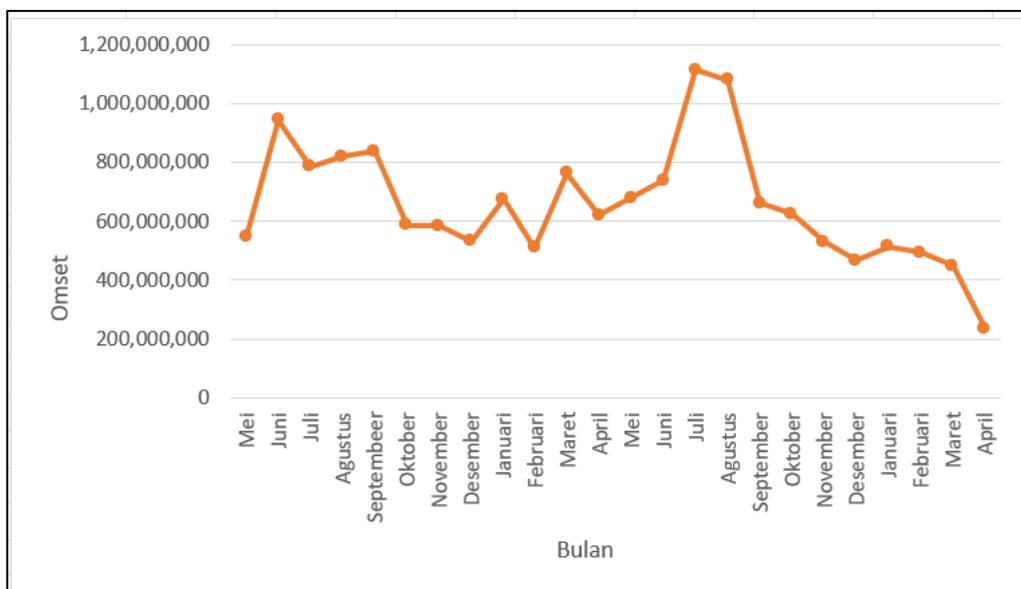
Industri tekstil menjadi salah satu dari 10 komoditas produk unggulan industri yang berada di Indonesia. Industri tekstil dan produk tekstil merupakan salah satu sektor unggulan yang mencatat kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Pada triwulan I tahun 2022, industri tekstil dan produk tekstil berkontribusi sebesar 6,33% terhadap total PDB sektor industri pengolahan nonmigas dan selama Januari-Mei 2022 menyumbang 5,33% (Kemenperri, 2022). Berdasarkan Data Industri Research, kinerja industri tekstil dan pakaian jadi per kuartal mengalami penurunan sebesar 0,43% pada kuartal 4 2022. Sedangkan untuk pertumbuhan tahunan sektor industri tekstil dan pakaian jadi periode sampai kuartal 4 2022 mengalami pertumbuhan cukup besar. Hal ini membuat industri tekstil berperan penting di Indonesia, sebab industri tekstil dapat menyerap tenaga kerja, berperan dalam memenuhi kebutuhan sandang, dan menyumbang devisa Indonesia, serta mendorong pertumbuhan ekonomi (Riyadi, 2015).

Salah satu perusahaan yang menjual berbagai macam tekstil adalah Toko Rejeki Baru yang berdiri sejak tahun 1999. Rejeki Baru merupakan toko yang menjual berbagai jenis tekstil yang terletak di Jalan Tamim. Tekstil yang dijual hanya dapat dilakukan secara grosir dan bahan tekstil yang dijual dapat dipergunakan kembali untuk diproduksi menjadi seragam sekolah, seragam pabrik, celemek, topi, kemeja, dan masih banyak lagi. Namun, dengan semakin tingginya peminatan dari tekstil maka toko kedua dari Rejeki Baru didirikan pada tahun 2017 yang terletak di Jalan Dulatip. Lokasi dari kedua toko tersebut saling berdekatan dengan domisili di kota Bandung.

Dengan seiringnya waktu, toko tekstil semakin bermunculan. Hingga terdapat sekitar 100 toko tekstil yang berada di Jalan Tamim. Hal ini menyebabkan persaingan dalam penjualan tekstil semakin ketat dan memberikan konsumen semakin selektif dalam memilih. Banyak pertimbangan konsumen dalam memilih bahan tekstil seperti harga, ketersediaan produk, kelengkapan produk, lokasi, kualitas, pelayanan, suasana toko, kecepatan

pengiriman, dan kepercayaan. Konsumen yang datang ke Toko Rejeki Baru juga terdapat dari berbagai kalangan seperti seorang konveksi, karyawan swasta, dan wiraswasta.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, terjadi penurunan omset. Pemilik usaha selalu mencatat penjualan untuk setiap bulan dan setiap tahun untuk mengetahui kenaikan atau penurunan penjualan. Omset adalah total pendapatan dalam bentuk uang atau sering disebut dengan pendapatan kotor. Kas di Toko Rejeki Baru dibagi menjadi kas besar dan kecil. Kas kecil merupakan biaya yang dikeluarkan per hari nya untuk keperluan toko dan nominalnya tidak terlalu besar seperti pembayaran sampah, parkir mingguan untuk pegawai, dan bensin untuk kendaraan toko. Kas besar merupakan semua pendapatan per hari nya dari hasil penjualan yang menggunakan *cash* serta dikurangi jika terdapat piutang. Gambar I.1 merupakan grafik omset toko Rejeki Baru dari Mei 2021-April 2023 untuk setiap bulannya.



Gambar I. 1 Grafik Omset Toko Rejeki Baru Bulan Mei 2021-April 2023

Dari Gambar I.1, dapat dilihat bahwa omset yang diperoleh di Toko Rejeki Baru setiap bulannya mengalami fluktuatif. Penjualan yang paling tinggi berada pada bulan Juni 2022. Namun, penjualan cenderung terus menerus menurun setiap bulannya jika dibandingkan dengan bulan yang sama pada tahun sebelumnya. Dampak yang ditimbulkan dari penurunan penjualan ini yaitu penurunan tenaga kerja dan pengurangan transportasi yang dimiliki oleh Toko Rejeki Baru. Oleh karena itu, hal ini dapat dilakukan dalam proses peningkatan pendapatan yang dicapai dengan mengetahui faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen saat melakukan pembelian di toko tekstil.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pertumbuhan toko tekstil di Jalan Tamim meningkatkan persaingan di industri tekstil. Dalam industri tekstil, terjadi persaingan yang ketat antar toko yang mempengaruhi penjualan toko tersebut. Hal ini didukung dengan dilakukannya wawancara dengan pemilik toko. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa penurunan ini diakibatkan oleh semakin banyaknya toko sejenis yang bermunculan sehingga konsumen cenderung dapat beralih dari Toko Rejeki Baru ke toko tekstil lainnya. Selain itu, penurunan omset disebabkan oleh kenaikan harga barang ketika harga BBM naik pada tahun 2022.

Pemilik juga mengatakan bahwa kondisi diperparah saat terjadinya pandemi. Selama pandemi terdapat penurunan jumlah transaksi. Hal ini diakibatkan karena sebagian besar kain yang dijual akan diproduksi untuk digunakan sebagai seragam sekolah. Namun, sekolah dilaksanakan secara *online* sehingga tidak terdapat kebutuhan untuk seragam sekolah. Selain itu, dilakukan juga observasi selama 12 hari di Toko Rejeki Baru. Jumlah konsumen yang berkunjung ke Toko Rejeki Baru dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Jumlah Konsumen yang Berkunjung ke Toko Rejeki Baru

Hari Ke-	Jumlah Konsumen (Orang)	Jumlah Orang yang Beli (Orang)	Jumlah Orang yang Tidak Beli (Orang)	Persentase Konsumen yang Membeli (%)	Persentase Konsumen yang Tidak Membeli (%)
1	62	32	30	51,61	48,39
2	33	19	14	57,57	42,42
3	25	15	10	60	40
4	32	18	14	56,25	43,75
5	34	19	15	55,88	44,11
6	31	16	15	51,61	48,39
7	66	38	28	57,57	42,42
8	49	26	23	53,06	46,94
9	44	24	20	54,54	45,45
10	30	16	14	53,33	46,67
11	33	19	14	57,57	42,42
12	23	12	11	52,17	47,82

Berdasarkan Tabel I.1, jumlah konsumen yang membeli dan jumlah konsumen yang tidak membeli tidak terlalu signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat banyak konsumen yang tidak membeli apapun dan hanya melihat-lihat saja. Konsumen umumnya berkunjung ketika di pagi hari dan sore hari saja. Selanjutnya, akan dilakukan wawancara kepada konsumen yang berkunjung pada Toko Rejeki Baru untuk mengetahui keluhan mereka.

Wawancara kepada konsumen dilakukan untuk mengetahui penyebab penurunan penjualan dari sisi konsumen dan faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam

melakukan pembelian. Berdasarkan hasil wawancara, konsumen mengeluhkan terdapat barang stok yang tidak tersedia. Barang stok yang disediakan oleh Toko Rejeki Baru hanya barang yang paling sering dipesan oleh konsumen seperti jenis American Drill dan Aston. Jika ingin melakukan pembelian untuk jenis tekstil yang lain maka konsumen harus melakukan pemesanan terlebih dahulu. Setelah konsumen melakukan pemesanan ke toko, pihak toko akan melakukan pemesanan ke pabrik dan menunggu barang pesanan tersebut datang ke toko. Hal ini menjadi salah satu masalah untuk konsumen tidak melakukan pembelian jika konsumen membutuhkan barang tersebut dengan cepat. Selain itu, Toko Rejeki Baru hanya menerima pembayaran *cash* untuk transaksi yang tidak terlalu besar nominalnya dan lokasi toko yang jauh dari ATM serta tempat parkir pada Toko Rejeki Baru yang sempit. Hal ini juga yang menyebabkan konsumen tidak berminat untuk membeli ke Toko Rejeki Baru bagi konsumen yang tidak membawa *cash*.

Konsumen juga mengeluhkan produk Toko Rejeki Baru yang tidak sesuai dengan yang keinginan konsumen. Sebagai contoh, beberapa konsumen menginginkan produk jenis kain Unione, Aladin, Oxford Warna, dan Kanvas namun jenis kain tersebut tidak tersedia pada Toko Rejeki Baru. Hal tersebut menyebabkan pindahnya konsumen pada toko tekstil lain. Dikarenakan terdapat kecenderungan dalam penurunan omset maka pemilik toko perlu memahami faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk dan faktor apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko Rejeki Baru sehingga pemilik dapat meningkatkan penjualan produknya di Toko Rejeki Baru.

Setelah mengetahui keluhan dari para konsumen, akan dilakukan dengan wawancara lanjutan kepada 14 orang konsumen. Wawancara dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen terhadap toko tekstil. Tabel I.2 merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen terhadap toko tekstil.

Tabel I. 2 Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Terhadap Pembelian Di Toko Tekstil

Faktor	Frekuensi
Kualitas	10
Ketersediaan Produk	8
Pelayanan	6
Harga	6
Kelengkapan Produk	5
Suasana Toko	4
Lokasi	3
Kecepatan Pengiriman	1
Kepercayaan	1

Berdasarkan Tabel I.2, terdapat 9 faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen terhadap toko tekstil yaitu kualitas, ketersediaan produk, pelayanan, kelengkapan produk, harga, suasana toko, lokasi, kecepatan pengiriman, dan kepercayaan. Namun, faktor yang

sangat menjadi pertimbangan konsumen adalah mengenai kualitas produk. Faktor-faktor yang dipertimbangkan tersebut akan memunculkan minat beli dari konsumen yaitu perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan untuk melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2009). Konsumen yang memiliki minat untuk membeli sesuatu akan menunjukkan perhatian dan rasa senang terhadap produk agar kemudian perilaku membeli terealisasi.

Dapat diketahui pula bahwa pengunjung pada Toko Rejeki Baru lebih rendah dibandingkan dengan toko tekstil sejenis lain yang berada di Jalan Tamim. Hal tersebut diketahui setelah dilakukannya wawancara kembali kepada toko tekstil yang terletak di Jalan Tamim. Toko pertama bernama CV Sakura yang merupakan toko tekstil yang hanya menjual tekstil khusus untuk diproduksi sebagai seragam sekolah dan kantor. Berdasarkan hasil wawancara dengan pekerja di toko tersebut, jumlah pengunjung dalam satu hari dapat mencapai sekitar 50-60 orang. Toko kedua terletak di Jalan Tamim no 39 yang menjual berbagai macam jenis tekstil. Jumlah pengunjung dalam satu hari dapat mencapai sekitar 80-90 orang. Menurut pekerja di toko kedua, jumlah konsumen yang begitu banyak dipengaruhi dengan promosi yang dilakukan dengan toko tersebut yaitu melalui *instagram* sehingga terdapat konsumen yang langsung kontak melalui *whatsapp* dan mengunjungi toko ketika sudah mengetahui informasi melalui Instagram.

Hal ini didukung dengan adanya penelitian terdahulu seperti pada penelitian Maulidia, dkk yang meneliti pengaruh produk, kualitas pelayanan, harga, dan *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada toko *fashion* Raisya yang berlokasi di Bandar Lampung. Terdapat juga penelitian Hayani (2021) yang meneliti pengaruh suasana toko dan lokasi terhadap minat beli di outlet Rabbani Bandar Agung Lahat. Terakhir, terdapat penelitian Herlissha & Fitari (2021) yang meneliti pengaruh *digital marketing*, kepercayaan konsumen, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk UMKM Xavera di Bangka. Ketiga penelitian tersebut menggunakan metode regresi linear berganda dalam penelitian untuk melihat pengaruh/hubungan sebab akibat dari masing-masing variabel independen maupun dependen. Dimana, dalam ketiga penelitian tersebut diketahui bahwa variabel-variabel yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain itu, ketiga peneliti ini meneliti objek yang serupa berupa toko fisik yang menjual seperti baju serta peneliti ini melihat bahwa terdapat penurunan minat beli pada konsumen yang disebabkan karena persaingan antar toko yang menjual produk serupa atau banyaknya usaha sejenis yang semakin bermunculan.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, terlihat bahwa pemilik toko harus melakukan perbaikan untuk meningkatkan penjualan. Hal ini membuat pemilik toko perlu memahami faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk karena banyak hal yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan

pembelian. Oleh karena itu, akan diuji model untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen pada toko tekstil agar dapat meningkatkan penjualan di Toko Rejeki Baru. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka didapatkan dua rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap toko tekstil?
2. Bagaimana usulan yang dapat diberikan kepada Toko Rejeki Baru berdasarkan faktor-faktor tersebut?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pada tahap ini dilakukan pembatasan masalah dan asumsi terhadap penelitian yang dilakukan. Batasan masalah digunakan agar penelitian dapat tepat sasaran dan terarah. Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian dilakukan kepada konsumen yang mengunjungi toko tekstil di Jalan Tamim.
2. Penelitian yang dilakukan hanya sampai tahap usulan untuk Toko Rejeki Baru.

Selain batasan masalah, asumsi juga digunakan dalam penelitian ini. Asumsi diperlukan untuk mengurangi hal-hal yang tidak dapat dikontrol oleh peneliti dalam penelitian. Tujuan dibuatnya asumsi adalah untuk menghindari kesalahan dalam pengumpulan dan pemrosesan data. Asumsi pada penelitian ini adalah tidak terdapat perubahan kondisi toko selama penelitian ini berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka tujuan dari penelitian dapat ditentukan. Tujuan penelitian akan menjawab rumusan masalah pada penelitian. Berikut adalah beberapa tujuan dari penelitian ini.

1. Mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen di toko tekstil.
2. Memberikan usulan perbaikan yang dapat meningkatkan minat beli konsumen di Toko Rejeki Baru.

I.5 Manfaat Penelitian

Selain untuk memenuhi tujuan dari penelitian, penelitian ini juga harus bermanfaat baik bagi perusahaan sebagai pemilik masalah maupun bagi pengembangan keilmuan. Berikut ini adalah beberapa manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian yang dilakukan.

1. Bagi pengembangan keilmuan

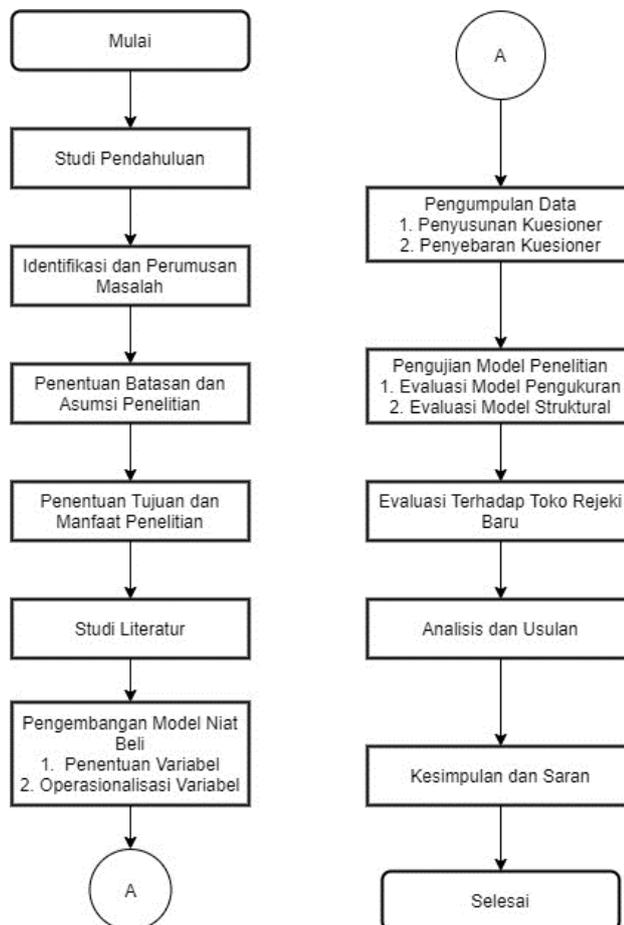
Dapat mengimplementasikan teori terkait untuk menyelesaikan masalah yang ada secara *real* dan menambah wawasan peneliti yang akan melakukan penelitian dengan metode terkait.

2. Bagi pemilik masalah

Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dan memberikan usulan bagi pemilik masalah untuk dipertimbangkan guna meningkatkan penjualan dan menarik minat konsumen.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian meliputi tahapan--tahapan yang berkaitan dengan penelitian. Metode penelitian dibagi menjadi 11 tahapan, dimulai dengan studi pendahuluan dan diakhiri dengan kesimpulan dan saran. Gambar I.2 menunjukkan tahapan dari metodologi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini.



Gambar I. 2 Metodologi Penelitian

Gambar I.2 menunjukkan metode penelitian yang digunakan. Dapat dilihat dalam Gambar I.2, terdapat 11 tahapan yang dilakukan dalam penelitian. Berikut ini merupakan penjelasan untuk 11 tahapan pada metode penelitian.

1. **Studi Pendahuluan**

Studi pendahuluan merupakan observasi secara langsung terhadap objek yang akan diteliti yaitu Toko Rejeki Baru. Observasi dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pemilik toko untuk mengetahui permasalahan yang muncul. Kemudian, dilakukan survei lapangan dengan observasi secara langsung untuk mengetahui kondisi terkini.
2. **Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Identifikasi masalah didasarkan dari latar belakang masalah. Masalah ditentukan dengan melakukan wawancara lanjutan kepada para pengunjung. Wawancara dilakukan untuk mengetahui persepsi yang dimiliki para pengunjung terhadap Toko Rejeki Baru. Setelah diketahui masalah yang terjadi, maka akan dibuat rumusan masalah sesuai dengan topik penelitian.
3. **Penentuan Batasan dan Asumsi Masalah**

Penentuan batasan dan asumsi masalah diperlukan agar ruang lingkup penelitian terbatas dan penelitian tidak terlalu luas. Karena keterbatasan masalah, maka penelitian ini lebih memfokuskan pada masalah yang diteliti. Tujuan dari asumsi penelitian adalah untuk mengurangi hal-hal yang tidak dapat dikendalikan oleh peneliti selama penelitian berlangsung.
4. **Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Selama penelitian, terdapat tujuan yang ingin dicapai untuk menjawab rumusan masalah. Manfaat penelitian dapat diperoleh yang berguna bagi pengembangan keilmuan dan pemilik masalah. Menentukan tujuan dan manfaat penelitian didasarkan pada identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya.
5. **Studi Literatur**

Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian. Studi literatur mengkaji jurnal dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan model dan metode yang akan digunakan dalam penelitian.
6. **Pengembangan Model Minat Beli**

Berdasarkan identifikasi masalah maka akan dilakukan identifikasi variabel yang didasarkan pada studi literatur yang dilakukan. Variabel-variabel tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen. Kemudian, akan dilanjutkan dengan melakukan operasionalisasi variabel yang mencakup definisi variabel dan atribut dari setiap variabel.
7. **Pengumpulan Data**

Pada tahap pengumpulan data, dirancang sebuah kuesioner penelitian dan kuesioner penelitian disebarakan kepada responden. Kuesioner akan disebarakan

kepada pengunjung yang datang ke Toko Rejeki Baru. Data yang diperoleh melalui kuesioner akan digunakan menjadi data penelitian yang digunakan.

8. Pengujian Model Penelitian

Pengujian model penelitian dilakukan menggunakan PLS-SEM. Pada PLS-SEM dilakukan dengan melalui evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural. Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk mengetahui hubungan antara indikator dan variabel laten, sedangkan evaluasi model struktural untuk mengetahui hubungan antar variabel laten dalam model penelitian.

9. Evaluasi Terhadap Toko Rejeki Baru

Evaluasi yang dilakukan berdasarkan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk di Toko Rejeki Baru. Evaluasi dilakukan dengan melihat hasil rata-rata pada setiap variabel yang berpengaruh. Hal ini bertujuan agar pemilik toko dapat memahami perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk tekstil.

10. Analisis dan Usulan

Analisis dilakukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari pengolahan data. Namun, usulan dibuat agar dapat meningkatkan minat beli konsumen di Toko Rejeki Baru dan untuk penelitian selanjutnya. Usulan tersebut didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di tekstil.

11. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran merupakan bagian terakhir dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan berisi jawaban atas rumusan masalah yang diperoleh pada bagian sebelumnya dan sesuai dengan tujuan dari penelitian. Saran dibuat untuk mendukung penelitian selanjutnya.

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk memudahkan pemahaman dari isi penelitian. Isi penelitian terdiri dari lima bagian. Berikut ini adalah sistematika penulisan dari penelitian yang dilakukan.

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pertama terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah. Kemudian, batasan dan asumsi yang digunakan dalam penelitian ini dibuat dan tujuan dari penelitian ini ditentukan. Kemudian dijelaskan pula manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan dari penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka terkait dengan dasar-dasar teori yang digunakan dalam peneliiian ini. Dasar-dasar teori yang digunakan meliputi perilaku konsumen, keputusan pembelian, minat beli, teknik *sampling*, dan *Structural Equation Modelling* (SEM). Selain itu, bagian ini juga memuat teori-teori yang mendukung penelitian yang dilakukan.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab pengumpulan dan pengolahan data menjelaskan terkait identifikasi faktor yang mempengaruhi minat beli, pengembangan model penelitian, penentuan atribut penelitian, pengumpulan data, dan pengolahan data. Pengumpulan data dilakukan dengan perancangan kuesioner dan penyebaran kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan metode PLS-SEM yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab analisi dan usulan perbaikan berkaitan dengan analisis dari hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan. Analisis dimulai dari profil responden hingga analisis mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan. Selain itu, diberikan pula prioritas perbaikan dan usulan perbaikan terhadap Toko Rejeki Baru.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir membahas tentang hasil dari penelitian yang dilakukan dari awal hingga akhir. Kesimpulan berisi jawaban atas rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya. Kemudian, saran yang diberikan akan bermanfaat untuk pemilik masalah yaitu Toko Rejeki Baru maupun bagi peneliti selanjutnya.