

**USULAN PERBAIKAN BAGI BASO FIAN TAC
BERDASARKAN IDENTIFIKASI FAKTOR YANG
MEMENGARUHI MINAT BELI *FROZEN FOOD*
SECARA DARING**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Simon Hans Fabianto
NPM : 6131901165



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

**USULAN PERBAIKAN BAGI BASO FIAN TAC
BERDASARKAN IDENTIFIKASI FAKTOR YANG
MEMENGARUHI MINAT BELI *FROZEN FOOD*
SECARA DARING**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Simon Hans Fabianto
NPM : 6131901165



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Simon Hans Fabianto
NPM : 6131901165
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN BAGI BASO FIAN
TAC BERDASARKAN IDENTIFIKASI
FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
BELI *FROZEN FOOD* SECARA DARING

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 14 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 : Simon Hans Fabianto

NPM : 6131901165

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:
**USULAN PERBAIKAN BAGI BASO FIAN TAC BERDASARKAN IDENTIFIKASI
FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI *FROZEN FOOD* 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, 27-7-2023

Simon Hans Fabianto

NPM : 6131901165

ABSTRAK

Dengan pengaruh era globalisasi ini, masyarakat menginginkan sesuatu yang serba mudah termasuk dalam penyajian makanan. Salah satu inovasi dalam sektor makanan dalam menyesuaikan perkembangan zaman adalah hadirnya produk *frozen food*. Pada tahun 2021, Ketua Umum Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (APRI) memprediksi bahwa sektor *frozen food* di Indonesia akan terus meningkat dan hingga saat ini sudah banyak sekali usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang menjual produk *frozen food* termasuk Baso Fian TAC. Baso Fian TAC merupakan UMKM di Bandung yang menjual produk bakso *frozen food* non-halal secara daring, tetapi sejak setahun terakhir penjualan Baso Fian TAC secara daring tidak mengalami perkembangan secara signifikan dan bisa dibilang stagnan yang diduga karena minat beli yang rendah. Pendapatan merupakan faktor penting sehingga akan sulit bagi Baso Fian TAC untuk mempertahankan usahanya dengan pendapatan stagnan disaat persaingan yang terus meningkat. Pemilik menduga bahwa pendapatan yang stagnan ini disebabkan karena harga yang dianggap mahal, tetapi setelah dilakukan pengumpulan data primer dengan melakukan wawancara, didapatkan minat beli Baso Fian TAC yang rendah serta faktor lain yang memengaruhi minat beli selain persepsi mengenai harga dari Baso Fian TAC sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat beli *frozen food* secara daring. Terdapat 7 buah hipotesis pada penelitian ini. Digunakan studi literatur yang relevan dalam penentuan model penelitian kemudian untuk pengujian model dilakukan dengan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan teknik *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Hasil pengujian didapatkan bahwa *perceived monetary value* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dan *perceived quality* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli melalui *perceived monetary value*. Selanjutnya diberikan usulan perbaikan dengan memperhatikan akar masalah dan upaya yang telah dilakukan untuk setiap faktornya. Usulan perbaikan meliputi melakukan promosi berupa harga diskon per satuan produk, membuat program referral, melakukan perbaikan terhadap kemasan produk dengan menambahkan informasi dan desain, dan membuat konten berupa video ketika mengkonsumsi produk Baso Fian TAC dengan menambahkan penjelasan mengenai kualitas produk yang baik.

ABSTRACT

With the influence of this globalization era, people want something that is all easy, including serving food. One of the innovations in the food sector in adapting to the development of times is the presence of frozen food products. In 2021, the Chairman of Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (APRI) predicted that the frozen food sector in Indonesia will continue to increase and to date, there are many usaha mikro kecil menengah (UMKM) selling frozen food products, including Baso Fian TAC. Baso Fian TAC is a UMKM in Bandung that sells non-halal frozen meatball products online, but since last year, Baso Fian TAC's online sales have not experienced significant growth and are arguably stagnant, allegedly due to low purchase intention. Revenue is an important factor so it will be difficult for Baso Fian TAC to maintain its business with stagnant income when competition continues to increase. The owner suspects that this stagnant income is caused by the price which is considered expensive, but after collecting primary data by conducting interviews, it is found that there is a low purchase intention in Baso Fian TAC and other factors that influence purchase intention apart from perceptions about the price from Baso Fian TAC, so research needs to be conducted to determine the factors that influence the online purchase intention of frozen food. There are 7 hypotheses in this study. Relevant literature studies were used in determining the research model and model evaluation was carried out by Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Data collection was performed by distributing questionnaires with a non-probability sampling technique using the convenience sampling method. The test results show that perceived monetary value has a significant effect on purchase intention and perceived quality has a significant effect on purchase intention through perceived monetary value. Furthermore, suggestions for improvements are given by paying attention to the root of the problem and the efforts that have been made for each factor. Proposed improvements include carrying out promotions in the form of discounted prices per product unit, making a referral program, making improvements in product packaging by adding information and designs, and creating content in the form of videos when consuming Baso Fian TAC products, adding a description of the product's good quality.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih, anugerah, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Usulan Perbaikan Bagi Baso Fian TAC Berdasarkan Identifikasi Faktor yang Memengaruhi Minat Beli *Frozen Food* Secara Daring”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada program studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan laporan skripsi ini tidak pernah lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, yang telah memberikan bantuan kepada penulis baik berupa pemikiran, tindakan, tenaga, peran, maupun berwujud barang dan uang. Untuk itu penulis bermaksud untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu, memberikan saran, serta memperhatikan penulis dalam skripsi yang dikerjakan.
2. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Bapak Ignatius A. Sandy, S.Si., M.T. selaku dosen penguji sidang proposal yang telah memberikan masukan sehingga saya dapat mengerjakan skripsi saya dengan lebih baik.
3. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Bapak Dedy Suryadi, S.T., M.S., Ph.D. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan masukan dan sara perbaikan sehingga saya dapat membuat skripsi saya menjadi 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. Kedua Orang Tua dari penulis yang selalu memberikan dukungan yang membuat penulis semangat dalam mengerjakan skripsi.
6. Pemilik Baso Fian TAC yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian dan bersedia memberikan data pendukung dalam pengerjaan skripsi
7. Kedua Kakak dari penulis yang selalu mengajarkan bagaimana cara berperilaku di tempat kerja dan selalu mendukung penulis.

8. Livia Amelia selaku orang terdekat yang selalu mendukung memberi semangat dan membantu penulis.
9. Teman-teman sekalian dari penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan ini masih banyak kekurangan yang masih perlu penyempurnaan. Oleh karena itu, penulis senantiasa mengharapkan dan menerima kritik dan saran yang membangun. Penulis juga berharap bahwa laporan ini akan bermanfaat bagi pemilik Baso Fian TAC, pembaca, maupun peneliti yang melakukan penelitian serupa.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-3
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-12
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-12
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-12
I.6 Metodologi Penelitian	I-13
I.7 Sistematika Penulisan	I-17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Minat Beli	II-1
II.2 Penelitian Terdahulu	II-3
II.2.1 Penelitian Sosanuy et al. (2021)	II-4
II.2.2 Penelitian Sudirjo dan Handoyo (2018).....	II-4
II.2.3 Penelitian Wicaksana et al. (2021)	II-4
II.3 Penelitian Eksploratori.....	II-5
II.4 Populasi dan Sampel	II-5
II.5 Teknik <i>Sampling</i>	II-6
II.6 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	II-7
II.7 Ukuran Sampel dalam PLS-SEM.....	II-8
II.8 <i>Mediating Effects</i>	II-8
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	III-1
III.1 Model Penelitian	III-1
III.2 Operasionalisasi Variabel	III-6
III.3 Pengumpulan Data.....	III-10
III.3.1 Penyusunan Kuesioner	III-10
III.3.2 Uji Pendahuluan Kuesioner	III-11

III.3.3	Penentuan Jumlah Sampel	III-13
III.3.4	Seleksi Data Kuesioner	III-14
III.4	Profil Responden	III-14
III.5	Pengujian Model	III-17
III.5.1	Evaluasi Model Pengukuran.....	III-18
III.5.2	Evaluasi Model Struktural.....	III-31
III.6	Kinerja Variabel yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli.....	III-40
BAB IV	ANALISIS.....	IV-1
IV.1	Analisis Profil Responden.....	IV-1
IV.2	Analisis Evaluasi Model Pengukuran	IV-2
IV.3	Analisis Evaluasi Model Struktural	IV-4
IV.4	Analisis Hasil Hipotesis.....	IV-6
IV.5	Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli	IV-9
IV.6	Usulan Perbaikan Terhadap Minat Beli Baso Fian TAC	IV-9
IV.6.1	Usulan Perbaikan Variabel <i>Perceived Monetary Value</i>	IV-10
IV.6.2	Usulan Perbaikan Variabel <i>Perceived Quality</i>	IV-13
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
V.1	Kesimpulan	V-1
V.2	Saran.....	V-1

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Persentase dan Jumlah Konsumen Baru Baso Fian TAC.....	I-4
Tabel I.2 Perbandingan Harga Baso Fian TAC dengan Restoran Mandarin	I-5
Tabel I.3 Perbandingan Harga Baso Fian TAC dengan Produk Frozen Food lain.....	I-5
Tabel I.4 Pertimbangan Responden Membeli Produk Frozen Food Secara Daring	I-8
Tabel I.5 Alasan Responden Tidak Memiliki Minat Beli Baso Fian TAC	I-10
Tabel III.1 Frekuensi Faktor yang Memengaruhi	III-1
Tabel III.2 Tabel Rekapitulasi Hubungan Hasil Wawancara dengan Studi Literatur	III-2
Tabel III.3 Operasionalisasi Variabel.....	III-6
Tabel III.4 Hasil Uji Pendahuluan Awal Kuesioner.....	III-11
Tabel III.5 Uji Pendahuluan Hasil Perbaikan Kuesioner	III-13
Tabel III.6 Rekapitulasi Profil Responden	III-15
Tabel III.7 Nilai Composite Reliability	III-18
Tabel III.8 Nilai Outer Loadings Awal	III-20
Tabel III.9 Nilai AVE Awal	III-21
Tabel III.10 Nilai <i>Outer Loadings</i> Eliminasi ke-1	III-22
Tabel III.11 Nilai AVE Eliminasi ke-1	III-23
Tabel III.12 Nilai <i>Outer Loadings</i> Eliminasi ke-2	III-23
Tabel III.13 Nilai AVE Eliminasi ke-2	III-25
Tabel III.14 Nilai <i>Outer Loadings</i> Eliminasi ke-3	III-25
Tabel III.15 Nilai AVE Eliminasi ke-3	III-26
Tabel III.16 Nilai <i>Outer Loadings</i> Eliminasi ke-4	III-27
Tabel III.17 Nilai AVE Eliminasi ke-4	III-28
Tabel III.18 Nilai Outer Loadings Eliminasi ke-5	III-29
Tabel III.19 Rekapitulasi Nilai AVE	III-30
Tabel III. 20 Pengujian Discriminant Validity	III-31
Tabel III.21 Nilai <i>Variance Inflation Factor</i>	III-32
Tabel III.22 Hipotesis null dan alternatif Penelitian	III-33
Tabel III.23 Koefisien Jalur	III-34
Tabel III.24 <i>Total Effects</i>	III-36
Tabel III.25 Total Indirect Effects	III-36
Tabel III.26 Nilai coefficient of determination	III-38
Tabel III.27 Perbandingan Kinerja Variabel Perceived Monetary Value.....	III-40
Tabel III.28 Perbandingan Kinerja Variabel Perceived Quality	III-41
Tabel IV.1 Usulan Perbaikan Variabel Perceived Monetary Value.....	IV-12
Tabel IV.2 Estimasi Biaya Usulan Perbaikan Variabel Perceived Quality	IV-16
Tabel IV.3 Usulan Perbaikan Variabel Perceived Quality	IV-17

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Pendapatan Baso Fian TAC Secara Daring Januari 2022-Februari 2023	I-2
Gambar I.2 Persentase Responden yang Mengetahui Merek Baso Fian TAC ...	I-7
Gambar I.3 Persentase Responden yang Pernah Membeli Produk Baso Fian TAC	I-7
Gambar I.4 Persentase Responden yang Berminat Membeli Baso Fian TAC	I-8
Gambar I.5 Merek <i>Frozen Food</i> Favorit.....	I-9
Gambar III.1 Model Penelitian.....	III-5
Gambar III. 2 Model Penelitian hasil SmartPLS 3.0	III-17
Gambar III. 3 Model Penelitian Setelah Pengujian Koefisien Jalur.....	III-35
Gambar III. 4 Model Penelitian Dengan Nilai R2	III-39
Gambar IV.1 Kemasan Produk Baso Fian TAC	IV-14
Gambar IV.2 Contoh Usulan Perbaikan Kemasan Baso Fian TAC	IV-15

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER MINAT BELI <i>FROZEN FOOD</i> SECARA DARING	A-1
---	-----

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan dibahas mengenai pendahuluan dari penelitian. Bagian pendahuluan ini akan berisikan latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Bagian pendahuluan ini akan menjadi dasar dari dilakukannya penelitian ini. Berikut merupakan pendahuluannya.

I.1 Latar Belakang Masalah

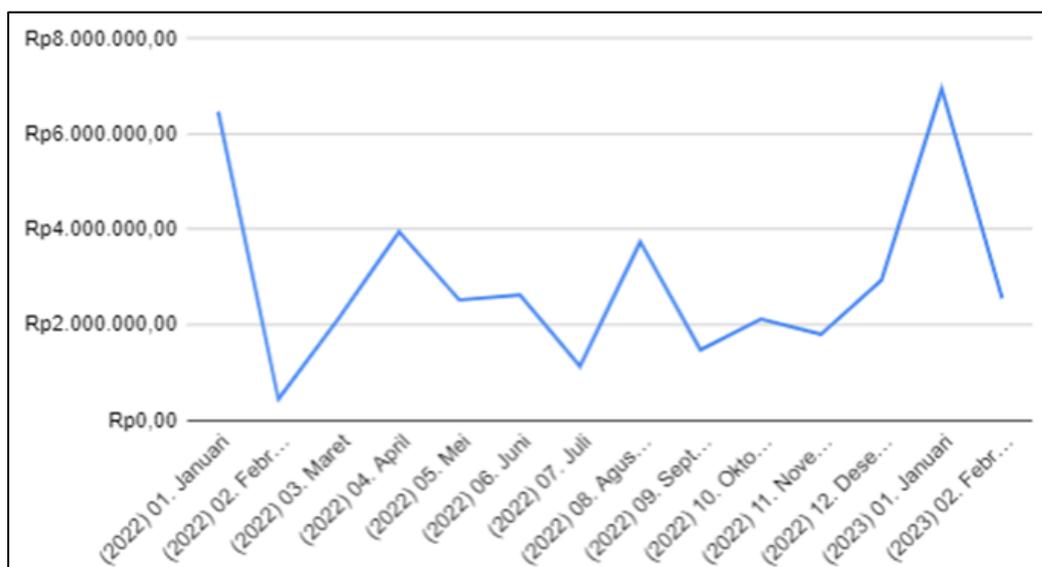
Seiring perkembangan zaman, gaya hidup dari masyarakat sendiri ikut berubah. Dengan pengaruh era globalisasi ini, masyarakat cenderung menginginkan hal yang mudah didapatkan dan serba cepat. Gaya hidup ini sudah diterapkan di negara-negara maju dimana masyarakatnya membutuhkan segala sesuatu lebih mudah dan cepat. Pengaruh ini juga sudah berdampak di Indonesia, dimana saat ini masyarakat juga memiliki perubahan gaya hidup. Gaya hidup merupakan pola atau tingkah laku manusia dalam menjalani kehidupannya. Gaya hidup yang berubah ini berdampak juga terhadap kegiatan penyajian makanan. Salah satu inovasi yang dilakukan pada sektor makanan untuk menyesuaikan perkembangan zaman ini adalah dengan menghadirkan *frozen food* (makanan beku) dimana proses penyajiannya akan mudah untuk dilakukan. *Frozen food* sendiri merupakan makanan yang dikemas dan dibekukan sehingga siap dimasak dan dikonsumsi pada waktu tertentu.

Saat ini peminat dari produk *frozen food* di Indonesia sudah banyak baik untuk makanan halal dan non-halal. Pada tahun 2021, Ketua Umum Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (APRI) memprediksi bahwa sektor *frozen food* di Indonesia akan terus meningkat. Hingga saat ini juga sudah sangat banyak orang yang terjun ke bisnis makanan beku di tingkat usaha mikro kecil menengah (UMKM) maupun rumahan. Dengan pasar yang semakin meluas dan banyak orang yang terjun juga ke bisnis *frozen food* ini membuat persaingan semakin

ketat. Persaingan tersebut juga dirasakan oleh Baso Fian TAC. Baso Fian TAC merupakan UMKM yang menjual *frozen food* bakso non-halal.

Baso Fian TAC didirikan pada tahun 2019 dan mulai berjualan secara daring. Sebelumnya, UMKM ini tidak memiliki brand dan hanya berjualan sebagai supplier ke restoran di sekitar Kota Bandung. Bakso Fian TAC sendiri dibuat dengan resep keluarga tanpa menggunakan bahan pengawet walaupun dijual sebagai *frozen food*. Walaupun hingga saat ini, Baso Fian TAC masih berjualan sebagai supplier ke restoran, tetapi, Baso Fian TAC saat ini ingin berfokus untuk menjual produknya dalam bentuk *frozen food* secara daring. Baso Fian TAC menggunakan Instagram sebagai media pemasarannya, dan ketika ada calon konsumen yang ingin membeli maka akan dialihkan ke WhatsApp atau Tokopedia.

Sejak setahun terakhir ini, pendapatan Baso Fian TAC secara daring tidak memiliki perkembangan yang signifikan atau bisa juga dibilang stagnan. Hal tersebut bukanlah suatu hal yang baik karena usaha yang baik adalah usaha yang terus mengalami perkembangan. Selain itu, penjualan hanya akan meningkat bila mendekati hari raya seperti Imlek. Berikut merupakan grafik penjualan Baso Fian TAC pendapatan secara daring mulai dari Januari 2022 hingga Februari 2023.



Gambar I.1 Pendapatan Baso Fian TAC Secara Daring Januari 2022-Februari 2023

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa pendapatan Baso Fian TAC secara daring relatif stagnan. Pada grafik tersebut juga terlihat bahwa

pendapatan pada Januari 2022 dan Januari 2023 yang lebih tinggi dibandingkan bulan lainnya. Hal tersebut dikarenakan pada bulan tersebut terdapat Hari Raya Imlek.

Pendapatan merupakan faktor penting bagi sebuah usaha untuk mempertahankan usaha tersebut. Dengan kondisi pendapatan yang relatif stagnan akan sulit sebuah usaha untuk mempertahankan bisnisnya karena kompetitor yang semakin banyak juga. Oleh karena itu Baso Fian TAC perlu mengetahui apa yang menjadi penyebab pendapatan secara daringnya yang stagnan sehingga dapat melakukan upaya yang tepat untuk meningkatkan pendapatan tersebut.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dalam sebuah penelitian perlu dilakukan identifikasi masalah yang menjadi penyebab dari masalah yang ada. Maka dalam penelitian ini juga dilakukan identifikasi masalah penyebab pendapatan stagnan Baso Fian TAC. Untuk mengidentifikasi masalah tersebut, dilakukan wawancara terhadap pemilik dari Baso Fian TAC dan beberapa calon pembeli dari Baso Fian TAC. Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara terstruktur dengan wawancara secara langsung dan melalui media telepon. Wawancara yang dilakukan terhadap pemilik dilakukan secara langsung, sedangkan wawancara yang dilakukan terhadap konsumen dilakukan secara langsung dan melalui media telepon.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, teridentifikasi masalah-masalah yang terjadi yang dapat menjadi penyebab dari pendapatan daring yang stagnan pada Baso Fian TAC. Pemilik mengatakan bahwa selama satu tahun terakhir ini, Baso Fian TAC jarang mendapatkan konsumen baru. Biasanya yang melakukan pembelian merupakan pelanggan setia yang selalu membeli produk Baso Fian TAC secara berkala. Hal ini dapat dibuktikan melalui data penjualan Baso Fian TAC. Berikut merupakan persentase dan jumlah konsumen baru setiap bulannya untuk Baso Fian TAC.

Tabel I.1 Persentase dan Jumlah Konsumen Baru Baso Fian TAC

Bulan	Jumlah Pembeli	Konsumen Baru	Konsumen Lama	Persentase Konsumen Baru / Bulan
Januari	36	5	31	13,89%
Februari	8	0	8	0,00%
Maret	20	1	19	5,00%
April	15	2	13	13,33%
Mei	11	1	10	9,09%
Juni	19	3	16	15,79%
Juli	10	0	10	0,00%
Agustus	23	3	20	13,04%
September	16	3	13	18,75%
Oktober	11	0	11	0,00%
November	13	1	12	7,69%
Desember	22	4	18	18,18%
Januari 2023	42	5	37	11,90%
Februari 2023	19	3	16	15,79%
Rata-Rata	19	2	17	10,18%

Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa persentase konsumen baru setiap bulannya tidak ada yang mencapai 20% bahkan terdapat dalam satu bulan tidak ada konsumen baru sama sekali. Rata-rata konsumen baru setiap bulannya sendiri hanya 2 orang atau 10,18%, yang menunjukkan rendahnya konsumen baru yang membeli produk Baso Fian TAC. Tidak adanya konsumen baru ini juga dapat menunjukkan minat beli dari calon pembeli Baso Fian TAC yang rendah.

Selanjutnya dilakukan juga analisa terhadap akun Instagram Baso Fian TAC yang merupakan media pemasaran yang digunakan. Karena akses yang terbatas, pemilik hanya dapat melihat data sebulan yaitu bulan Februari mengenai akun yang terjangkau dan jumlah akun yang melakukan interaksi terhadap konten Baso Fian TAC. Jumlah akun yang terjangkau sejumlah 181 akun, dan jumlah akun yang melakukan interaksi adalah 2 akun. Jika diasumsikan 2 akun yang melakukan interaksi membeli produk Baso Fian TAC, maka konversinya masih sangat rendah yaitu sebesar 1,10%. Sedangkan akun Tokopedia tidak dapat dilakukan analisa karena tidak terdapat penjualan pada bulan Februari melalui Tokopedia.

Selain itu juga, pemilik mengatakan bahwa produk unggulan yang dijual Baso Fian TAC yaitu bakso berjenis bakso fian bukanlah produk yang umum diketahui. Biasanya produk yang dijual oleh Baso Fian TAC dijual di restoran mandarin tetapi tidak dalam bentuk *frozen food*. Kemudian pemilik juga mengatakan bahwa harga dari produk yang dijual lebih mahal dibandingkan

produk *frozen food* pada umumnya, sehingga pemilik berpikir mungkin salah satu penyebab dari pendapatannya yang stagnan dikarenakan harganya. Hal tersebut dikarenakan pemilik sendiri menduga bahwa rasa dan harga menjadi faktor yang penting dalam penjualan Baso Fian TAC. Baso Fian TAC sendiri menjual makanan siap saji dengan harga paket Rp.85.000,00 dan harga *frozen food* yaitu Rp.75.000,00. Walaupun produk yang dijual di restoran mandarin tidak dalam bentuk *frozen food* dan dikarenakan pemilik sendiri tidak mengetahui harga detail di restoran mandarin, maka dilakukan riset harga untuk mengetahui perbandingan harga dari Baso Fian TAC dengan restoran-restoran mandarin di Bandung. Kemudian akan dilakukan juga perbandingan harga Baso Fian TAC dengan produk *frozen food* pada umumnya. Berikut akan dipaparkan data hasil riset harga yang dilakukan.

Tabel I.2 Perbandingan Harga Baso Fian TAC dengan Restoran Mandarin

Merek	Harga Paket yang Ditawarkan	Harga Satuan Rata-Rata
Baso Fian TAC	Rp.85.000,00 / 10pcs	Rp.8.500,00 / pcs
Phoenix <i>Restaurant</i>	Rp.145.000,00 / 20pcs	Rp.7.250,00 / pcs
Hongkong <i>Restaurant</i>	Rp.140.000,00 / 20pcs	Rp.7.000,00 / pcs
Royal Dynasty <i>Restaurant</i>	Rp.160.000,00/ 20pcs	Rp.8.000,00 / pcs

Tabel di atas merupakan tabel perbandingan harga Baso Fian TAC dengan restoran-restoran mandarin di Bandung. Harga yang dipaparkan untuk Baso Fian TAC merupakan harga siap saji karena pada restoran mandarin mereka tidak menjual secara *frozen food*. Dapat dilihat ternyata harga dari Baso Fian TAC lebih mahal dibandingkan harga di restoran-restoran mandarin di Bandung. Tabel harga tersebut dibuat hanya membandingkan harga tanpa membandingkan ukuran. Selanjutnya akan ditampilkan tabel perbandingan harga Baso Fian TAC dengan produk *frozen food* pada umumnya.

Tabel I.3 Perbandingan Harga Baso Fian TAC dengan Produk *Frozen Food* lain

Merek	Harga Paket yang Ditawarkan	Harga Rata-Rata
Baso Fian TAC	Rp.75.000,00 / 300gr	Rp.25.000,00 / 100gr
Fiesta	Rp.46.000,00 / 500gr	Rp.9.200,00 / 100gr

(lanjut)

Tabel I.3 Perbandingan Harga Baso Fian TAC dengan Produk *Frozen Food* lain (lanjutan)

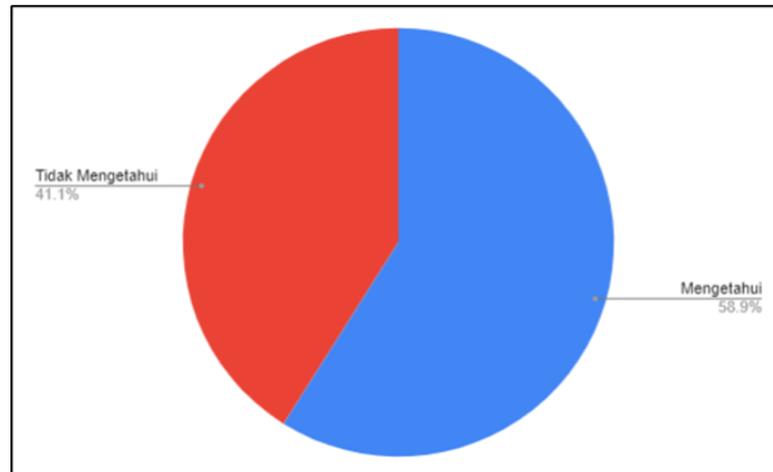
Merek	Harga Paket yang Ditawarkan	Harga Rata-Rata
So Good	Rp.15.900,00 / 120gr	Rp.13.250,00 / 100gr
Cedea	Rp.35.000,00/ 500gr	Rp.7.000,00 / 100gr
Lancar FreshMart (non-halal)	Rp.157.000,00 / 1500gr	Rp.10.467,00 / 100gr
Long Fu Tang (non-halal)	Rp.125.000,00 / 600gr	Rp.20.833,00 / 100gr
Dapur Wiwie (non-halal)	Rp.50.000 / 300gr	Rp.16.667,00 / 100gr

Dapat dilihat pada tabel perbandingan harga sebelumnya, Baso Fian TAC memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan produk frozen food pada umumnya. Hal tersebut dapat terlihat dari perbandingan harga per 100 gram dari setiap merek. Pada tabel tersebut hal yang dibandingkan adalah produk berjenis bakso dari masing-masing merek.

Untuk meningkatkan pendapatan, pemilik dari Baso Fian TAC telah melakukan beberapa upaya strategi pemasaran dengan membuat promosi-promosi. Promosi ini dilakukan karena pemilik merasa salah satu penyebab produknya yang kurang laku adalah harganya. Karena itu upaya yang dilakukan dengan promosi ini dilakukan dengan harapan akan menarik pelanggan baru. Promosi yang dilakukan sendiri berupa gratis ongkir, paket lebih murah, dan semakin banyak semakin murah. Tetapi dari upaya yang telah dilakukan tersebut, pemilik mengatakan bahwa promosi yang dilakukan tidak berdampak terhadap pendapatan. Setiap kali pemilik mengadakan promosi, jarang terjadi penjualan bahkan terkadang tidak ada sama sekali yang membeli. Sehingga dapat terlihat bahwa terdapat faktor lain yang harus diperhatikan yang memengaruhi terjadinya penjualan.

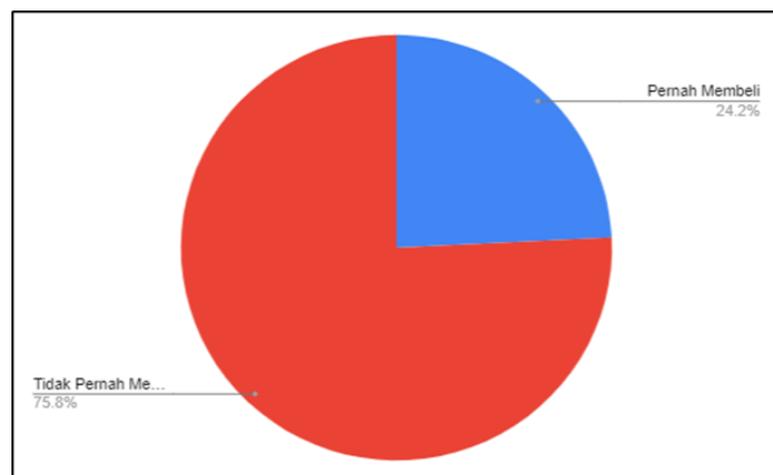
Selain wawancara yang dilakukan terhadap pemilik, dilakukan juga wawancara terhadap konsumen Baso Fian TAC. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang hanya bisa didapatkan melalui sudut pandang konsumen. Wawancara yang dilakukan juga merupakan wawancara terstruktur dengan wawancara secara langsung dan menggunakan media telepon. Wawancara sendiri terbagi menjadi beberapa bagian yaitu pengenalan, pengetahuan calon pembeli terhadap merek Baso Fian TAC, pernah atau tidaknya membeli produk Baso Fian TAC, memiliki minat beli atau tidak, dan alasan mereka.

Selain itu juga terdapat beberapa pertanyaan spontan yang dilontarkan kepada responden dengan tujuan memperdalam identifikasi masalah. Berikut akan dipaparkan hasil wawancara terhadap calon pembeli Baso Fian TAC.



Gambar I.2 Persentase Responden yang Mengetahui Merek Baso Fian TAC

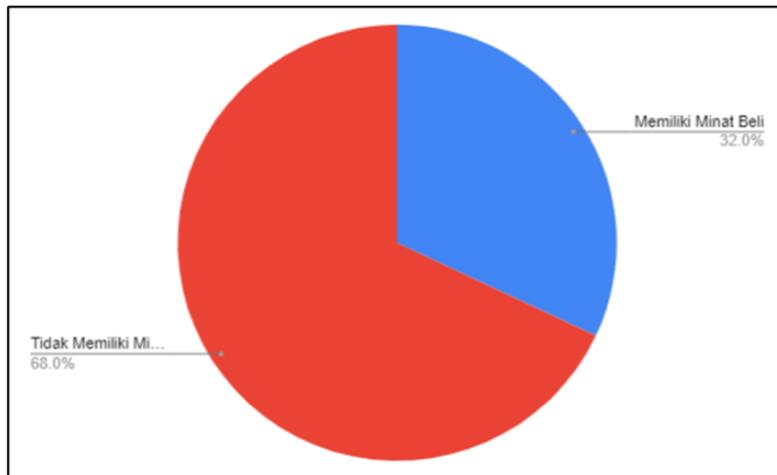
Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap 56 responden, didapatkan bahwa 23 dari 56 responden belum mengetahui Baso Fian TAC. Maka dari situ dilakukan wawancara lebih lanjut terhadap 33 responden yang mengetahui Baso Fian TAC. Pertanyaan berikutnya yang diajukan kepada responden adalah untuk mengetahui berapa persentase responden yang sudah mengetahui Baso Fian TAC dan tidak pernah membeli produknya.



Gambar I.3 Persentase Responden yang Pernah Membeli Produk Baso Fian TAC

Dari hasil tersebut, didapatkan hanya 8 dari 33 responden yang mengetahui Baso Fian TAC dan pernah membeli produknya. Sekitar 75,8% atau

25 dari 33 responden mengetahui Baso Fian TAC tetapi tidak pernah membeli produknya. Maka wawancara dilakukan lebih lanjut kepada 25 responden yang tidak pernah membeli Baso Fian TAC tetapi mengetahuinya untuk mencari tahu minat beli terhadap Baso Fian TAC.



Gambar I.4 Persentase Responden yang Berminat Membeli Baso Fian TAC

Dari hasil wawancara tersebut ternyata ditemukan bahwa minat beli dari Baso Fian TAC rendah. 17 dari 25 responden yang diwawancarai tersebut menjawab bahwa mereka tidak berminat untuk membeli Baso Fian TAC. Kemudian diajukan pertanyaan kembali kepada 25 responden mengenai pertimbangan apa saja yang mereka pikirkan dalam membeli produk *frozen food* secara daring.

Tabel I.4 Pertimbangan Responden Membeli Produk *Frozen Food* Secara Daring

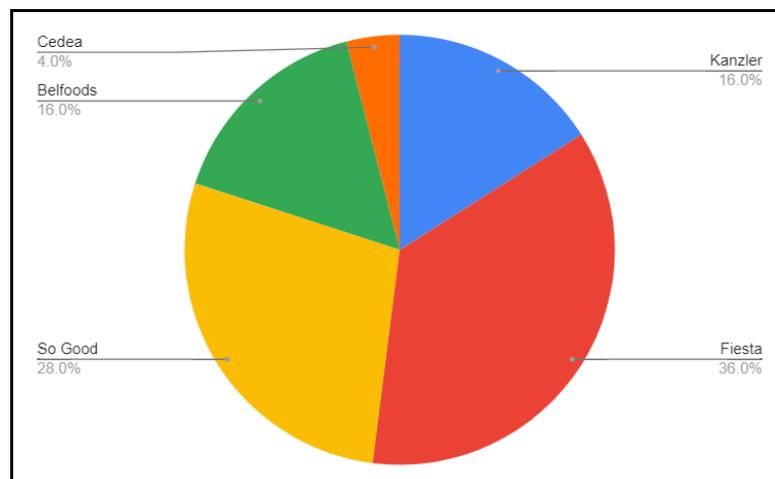
Pertimbangan Responden Membeli Produk <i>Frozen Food</i> Secara Daring	
Faktor	Jumlah Responden
Rasa	19
Harga	15
Tampilan Produk	14
Kualitas Produk	13
Daya Tahan (expired date)	11
Merek	8

(lanjut)

Tabel I.4 Pertimbangan Responden Membeli Produk *Frozen Food* Secara Daring (lanjutan)

Pertimbangan Responden Membeli Produk Frozen Food Secara Daring	
Faktor	Jumlah Responden
Promosi	7
Praktis/Kemudahan dalam memasak	6
Rekomendasi	6
Bahan Dasar	5
Konten	4
Jarak (Ongkir)	3
Testimoni	3
Nutrisi	3
Kemasan	3

Dari hasil wawancara tersebut, ditemukan cukup banyak faktor yang menjadi alasan konsumen dalam membeli sebuah produk *frozen food* secara daring. Dapat terlihat bahwa 5 faktor atau alasan yang paling banyak disebut oleh responden adalah rasa, harga, tampilan produk, kualitas produk, dan daya tahan. Tetapi masih terdapat banyak faktor lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli seperti testimoni, rekomendasi, bahan dasar, dan lain sebagainya. Kemudian diajukan kembali pertanyaan mengenai merek *frozen food* favorit dari 25 responden yang biasa mereka beli. Berikut merupakan jawabannya.

Gambar I.5 Merek *Frozen Food* Favorit

Dari hasil jawaban, responden paling banyak menjawab merek Fiesta sebesar 36%, kemudian So Good sebesar 28%, Kanzler dan Belfoods sebesar 16%, dan Cedeo sebesar 4%. Selanjutnya dilanjutkan pertanyaan kepada 17 responden mengenai alasan mereka tidak memiliki minat beli terhadap Baso Fian TAC.

Tabel I.5 Alasan Responden Tidak Memiliki Minat Beli Baso Fian TAC

Alasan Responden Tidak Memiliki Minat Beli Baso Fian TAC	
Alasan	Jumlah Responden
Harga	8
Tampilan Produk	5
Beli Merek Lain	4
Jarak	3
Promosi	2
Porsi	1

Dari hasil pertanyaan tersebut ditemukan beberapa alasan responden yang menyebabkan mereka belum berminat untuk membeli Baso Fian TAC. Dari alasan tersebut terdapat beberapa alasan yang menjadi penentu dalam membeli produk *frozen food* secara daring yang telah disebutkan oleh responden sebelumnya. Alasan tersebut seperti harga, tampilan produk, jarak, dan promosi.

Menurut Kotler dan Keller (2009), minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler (2008), minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya. Menurut Durianto (2013), minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk. Menurut pengertian para ahli, minat beli tersebut akan muncul jika seseorang sudah tertarik dan mengetahui informasi mengenai produk tersebut sehingga mereka ingin memilikinya. Sehingga minat beli tidak

akan muncul dari dalam diri seseorang jika produk yang ditawarkan tidak berkesan kepada konsumen.

Dalam hal ini tentunya ada banyak faktor yang memengaruhi minat beli dari konsumen terhadap suatu produk. Menurut penelitian yang telah dilakukan Sosanuy et al. (2021) terdapat pengaruh dari e-WOM (electronic word of mouth) dan persepsi nilai konsumen terhadap minat beli makanan siap saji secara daring. Kemudian menurut penelitian Sudirjo dan Handoyo (2018) yang meneliti mengenai pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap minat beli konsumen AMDK Amidis di Semarang, terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan iklan terhadap minat beli. Selanjutnya dalam penelitian Wicaksana et al. (2021), meneliti mengenai pengaruh persepsi kualitas konsumen dan kelayakan harga terhadap minat beli.

Dari hasil proses identifikasi masalah yang dilakukan, upaya pemasaran yang dilakukan oleh pemilik dengan promosi yang telah dilakukan tidak berpengaruh terhadap pendapatan, bahkan setelah dilakukan wawancara terhadap konsumen didapatkan bahwa minat beli Baso Fian TAC rendah. Selain itu terdapat juga faktor-faktor lain yang memengaruhi seseorang dalam membeli produk makanan terutama untuk produk makanan *frozen food* secara daring. Tidak berpengaruhnya upaya dalam melakukan pemasaran dapat disebabkan karena pemasaran yang dilakukan belum tepat. Setelah meninjau upaya yang telah dilakukan Baso Fian TAC, belum ada tindakan dalam menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam membeli produk makanan khususnya *frozen food* secara daring. Karena itu perlu dilakukan identifikasi lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam membeli produk *frozen food* secara daring. Dengan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh maka akan membantu Baso Fian TAC dalam menentukan upaya perbaikan yang tepat untuk meningkatkan minat beli sehingga meningkatkan pendapatan. Berdasarkan hasil identifikasi masalah, berikut merupakan rumusan masalah dari penelitian.

1. Faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat beli *frozen food* secara daring?
2. Bagaimana usulan perbaikan bagi Baso Fian TAC berdasarkan faktor yang berpengaruh untuk meningkatkan minat beli *frozen food*?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, terdapat masalah dan asumsi yang perlu diperhatikan. Batasan masalah ditetapkan supaya penelitian dapat difokuskan ke arah tertentu. Asumsi penelitian ditetapkan supaya dapat mempermudah penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan batasan masalah dari penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian yang dilakukan hanya sampai tahap memberikan usulan perbaikan dalam meningkatkan minat beli.
2. Partisipan yang terlibat dalam penelitian merupakan orang yang pernah atau berencana membeli *frozen food* secara daring.

Setelah menetapkan batasan masalah, selanjutnya adalah menetapkan asumsi untuk penelitian ini. Asumsi ini dibuat untuk mempermudah dalam melakukan penelitian ini. Asumsi ini akan digunakan untuk keseluruhan proses yang dilakukan pada penelitian ini. Berikut merupakan asumsi yang telah ditetapkan.

1. Tidak ada perubahan harga yang dilakukan Baso Fian TAC selama penelitian berlangsung.
2. Tidak ada inovasi yang dilakukan Baso Fian TAC selama penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai tujuan dari penelitian. Tujuan penelitian terhadap Baso Fian TAC ini akan didasarkan pada latar belakang, identifikasi, dan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Berikut merupakan tujuan penelitian.

1. Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat beli *frozen food* secara daring.
2. Memberikan usulan perbaikan bagi Baso Fian TAC berdasarkan faktor yang berpengaruh untuk meningkatkan minat beli *frozen food*.

I.5 Manfaat Penelitian

Pada bagian ini akan dibahas mengenai manfaat dari penelitian yang dibuat. Manfaat penelitian ini mengacu pada beberapa pihak yang diharapkan mendapatkan manfaat dari penelitian ini. Pihak tersebut antara lain pemilik Baso

Fian TAC, penulis, dan pembaca. Berikut merupakan manfaat untuk masing-masing pihak.

1. Bagi Pemilik Baso Fian TAC

Dengan penelitian ini, pemilik dari Baso Fian TAC akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat beli konsumen untuk membeli produk *frozen food* secara daring. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, pemilik dapat mengetahui hal apa yang harus diperhatikan, dilakukan, dan dikembangkan untuk meningkatkan minat beli dari konsumen Baso Fian TAC.

2. Bagi Penulis

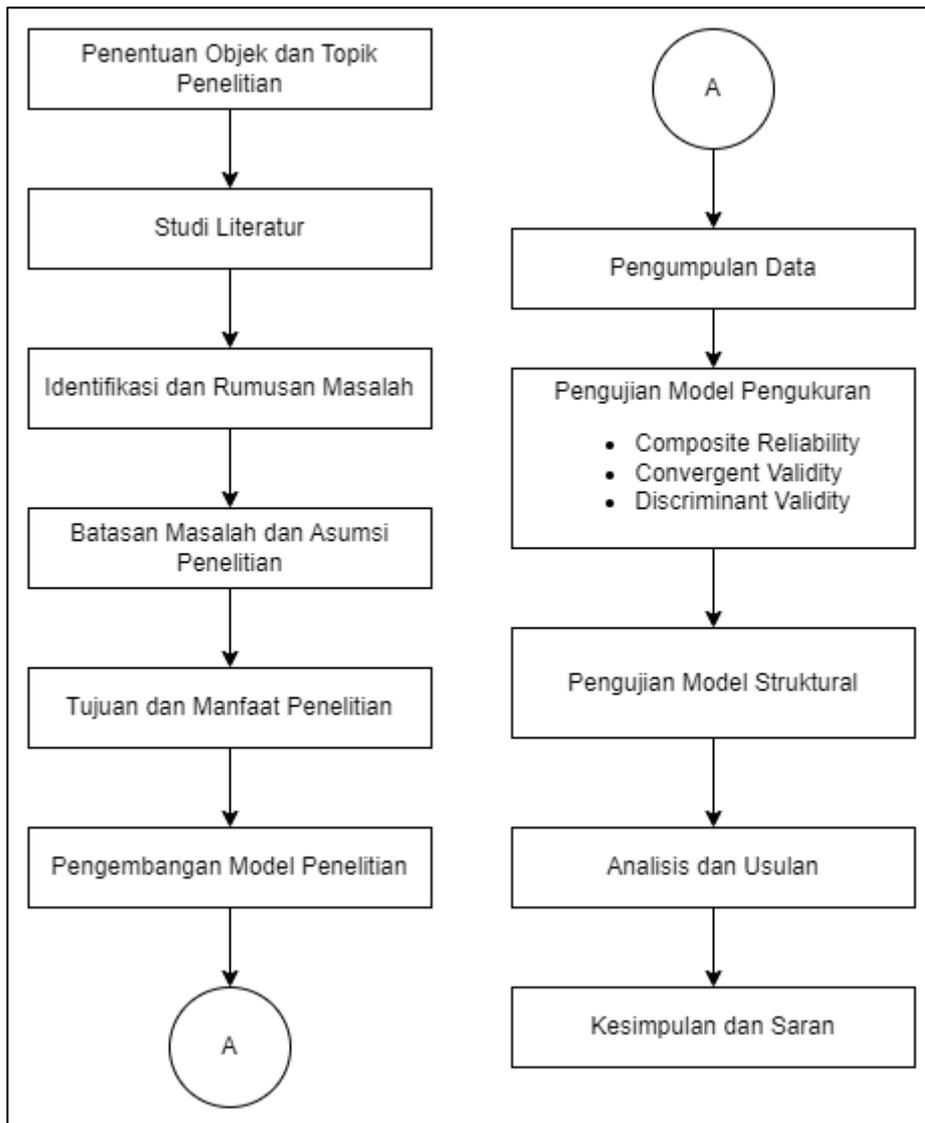
Penulis dapat memahami berbagai faktor yang memengaruhi seseorang dalam membeli suatu produk khususnya *frozen food* secara daring. Penulis dapat memperdalam analisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli dari produk makanan *frozen food*. Dari sana juga penulis dapat mempelajari cara menemukan solusi efektif dari permasalahan yang ada dengan mengetahui dan memanfaatkan informasi tersebut.

3. Bagi Pembaca

Pembaca dapat mengetahui berbagai faktor yang memengaruhi minat beli produk *frozen food* secara daring. Kemudian pembaca dapat menerapkan rekomendasi yang diberikan. Selain itu pembaca juga dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi dalam membuat penelitian yang serupa.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai metodologi penelitian. Metodologi penelitian merupakan sistematika atau langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini. Metode penelitian ini akan menjadi gambaran mengenai hal yang akan dilakukan dalam penelitian. Berikut merupakan metodologi penelitian dari penelitian ini.



Gambar I.6 Metodologi Penelitian

Pada gambar di atas dapat terlihat setiap proses yang perlu dilakukan dalam melakukan penelitian. Terdapat 10 proses atau langkah-langkah yang dilakukan mulai dari penentuan objek dan topik penelitian sampai ke kesimpulan dan saran. Pada bagian selanjutnya akan dijelaskan lebih dalam mengenai setiap tahapan yang dilakukan. Berikut merupakan penjelasannya.

1. Penentuan Objek dan Topik Penelitian

Pada tahapan ini, dimulai dengan mencari objek serta topik penelitian yang akan dilakukan. Kemudian wawancara dilakukan sebagai tahapan dalam langkah selanjutnya untuk mengidentifikasi masalah yang ada. Setelah melakukan

wawancara tersebut didapatkan masalah yang dapat diangkat menjadi sebuah topik penelitian. Wawancara dilakukan baik terhadap pemilik maupun konsumennya. Untuk objek penelitiannya sendiri merupakan UMKM yang menjual *frozen food* non-halal secara daring yaitu Baso Fian TAC.

1. Studi Literatur

Setelah menentukan objek dan topik dari penelitian, dilakukan pendalaman terhadap masalah yang ada dengan mempelajari studi literatur atau jurnal yang ada. Hal ini dilakukan sebagai dasar pembelajaran yang dapat diaplikasikan kepada penelitian. Selain itu dengan adanya studi literatur akan memperkuat argumen dari hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya kepada pemilik usaha dan konsumen. Kemudian dengan melakukan studi literatur juga akan mendapatkan data-data yang nantinya akan mempermudah dalam proses selanjutnya yaitu identifikasi dan rumusan masalah.

3. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada tahapan ini, akan dilakukan identifikasi serta perumusan masalah dari semua gejala-gejala yang telah ditemukan dari studi pendahuluan yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil dari wawancara beserta dengan studi literatur yang telah dipelajari diolah kemudian diidentifikasi masalah yang menjadi penyebabnya untuk diangkat pada penelitian ini. Pada tahap ini juga ditemukan hal-hal apa saja yang menjadi penyebab-penyebab masalah yang ada yang kemudian dicari hubungan antar variabel yang ada tersebut. Kemudian dari hasil identifikasi masalah yang telah ditemukan, ditentukan juga rumusan masalah dari penelitian ini.

4. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Selanjutnya dilakukan penentuan batasan masalah dan asumsi penelitian. Batasan masalah ditentukan untuk memperkecil cakupan dari masalah yang diteliti sehingga penelitian akan lebih terfokus. Asumsi masalah dilakukan untuk mempermudah penelitian karena keadaan sebenarnya memiliki kompleksitas yang cukup tinggi sehingga asumsi dilakukan untuk mengurangi kompleksitas dari penelitian.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan pada penelitian akan dibuat berdasarkan rumusan masalah yang sebelumnya telah ditetapkan. Tujuan yang telah ditetapkan ini akan menjadi acuan pada penelitian yang akan dilakukan. Kemudian manfaat pada penelitian ini adalah

manfaat yang akan dirasakan dari hasil penelitian ini. Untuk manfaat pada penelitian ini dibagi dari beberapa sudut pandang yaitu pemilik usaha, penulis, dan pembaca.

6. Pengembangan Model Penelitian

Pada bagian ini akan dilakukan pengembangan model penelitian. Model penelitian yang dibuat ini akan disesuaikan dengan rumusan masalah dari penelitian. Pengembangan model penelitian ini akan dilakukan berdasarkan studi literatur yang mendukung karena dalam penelitian ini akan berfokus terhadap faktor yang berpengaruh terhadap variabel dependen yang telah ditentukan. Sehingga pada tahap ini akan ditetapkan juga variabel-variabel independen beserta dengan hipotesis dari penelitian.

7. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan dilakukan pengumpulan data. Data yang diperoleh ini dibutuhkan dalam pengujian model penelitian yang sebelumnya telah dirancang. Proses pengumpulan data ini akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen. Sebelum melakukan penyebaran kuesioner dilakukan juga pendefinisian variabel, penentuan populasi, dan jumlah sampel. Hal ini perlu dilakukan agar proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan baik.

8. Pengujian Model Pengukuran

Pada bagian ini akan dilakukan pengujian terhadap instrumen yang digunakan untuk penelitian. Pengujian yang dilakukan adalah pengujian *composite reliability*, *convergent validity*, dan *discriminant validity*. Uji validitas perlu dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu alat ukur sedangkan uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui apakah data variabel dari hasil pengumpulan reliabel atau tidak.

9. Pengujian Model Struktural

Pengujian model penelitian ini akan dilakukan dengan pengolahan data. Pengolahan data akan dilakukan setelah pengumpulan data dan pengujian model pengukuran. Pengolahan data ini akan dilakukan menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) karena penelitian ini akan menguji berbagai variabel yang telah ditetapkan. Dengan dilakukan pengujian model penelitian ini akan diketahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

10. Analisis dan Usulan

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai analisis hasil pengujian model penelitian yang telah dilakukan pengolahan sebelumnya. Pada tahap analisis ini akan dibahas lebih dalam mengenai hasil dari pengujian model penelitian yang telah dibuat mengenai faktor-faktor independen yang memengaruhi faktor dependen pada penelitian. Kemudian akan diberikan juga usulan perbaikan kepada pemilik usaha untuk masalah yang dihadapinya.

11. Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian ini. Kesimpulan pada penelitian akan menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan saran akan ditujukan untuk penelitian serupa.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini akan dijelaskan untuk setiap bagian yang ada pada penelitian ini. Penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian yaitu Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Pengumpulan dan Pengolahan Data, Bab IV Analisis, dan Bab V Kesimpulan dan Saran. Berikut akan dijelaskan lebih lanjut mengenai bagian-bagian pada penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pertama yaitu pendahuluan akan berisikan mengenai dasar dari dilakukannya penelitian. Bagian pendahuluan ini akan dibagi menjadi beberapa subbab. Pada bagian ini akan dijelaskan mulai dari latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, kemudian sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian kedua akan dijelaskan mengenai teori-teori yang akan mendukung penelitian ini yang berdasarkan dengan hasil studi literatur yang telah dilakukan. Teori-teori yang akan dipaparkan merupakan teori yang relevan dan dibutuhkan untuk penelitian ini. Bagian kedua ini juga akan digunakan untuk memperkuat argumen dan menjadi data yang akan mendukung penelitian.

BAB III PENGAMBILAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bagian ketiga akan dilakukan pengambilan dan pengolahan data yang dibutuhkan untuk penelitian. Metode pengambilan yang dilakukan adalah dengan melakukan survei dengan cara menyebarkan kuesioner. Kemudian hasil data yang telah dikumpulkan akan diolah secara statistik yang kemudian akan menjawab rumusan masalah. Selain itu bagian ini juga yang akan mendasari bagian selanjutnya yaitu akan dilakukannya analisis dan pemberian usulan perbaikan.

BAB IV ANALISIS

Pada bagian ini akan dilakukan analisis terhadap penelitian yang telah dilakukan. Akan dilakukan juga interpretasi dari hasil pengolahan data yang sebelumnya telah dilakukan. Pada bagian ini juga akan dirumuskan usulan untuk dilakukan perbaikan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini akan dirumuskan kesimpulan dari penelitian ini dan juga akan diberikan saran untuk penelitian serupa. Kesimpulan yang dibuat ini berdasarkan hasil pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan yang dirumuskan akan menjawab tujuan dari penelitian yang dilakukan.