

**UPAYA PERBAIKAN TOKO SEPEDA X (TSX)
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Paulina Phoenix

NPM : 6131801017



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

***PROPOSED IMPROVEMENTS OF BICYCLE SHOP
BASED ON FACTORS AFFECTING CONSUMER
PURCHASE INTENTION***

THESIS

Submitted to fulfill one of the requirements to obtain industrial engineering bachelor degree

Arranged by:

Name : Paulina Phoenix

NPM : 6131801017



**INDUSTRIAL ENGINEERING UNDERGRADUATE
STUDY PROGRAM
INDUSTRIAL ENGINEERING MAJOR
FACULTY OF INDUSTRIAL ENGINEERING
PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
BANDUNG
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Paulina Phoenix
NPM : 6131801017
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : UPAYA PERBAIKAN TOKO SEPEDA X (TSX) BERDASARKAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI
KONSUMEN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 01 Agustus 2022

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

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

Pembimbing Tunggal

(Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T.)



Program Studi Sarjana Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Paulina Phoenix

NPM : 6131801017

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

“UPAYA PERBAIKAN TOKO SEPEDA X (TSX) BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN”

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, 20 Juli 2022

Paulina Phoenix
6131801017

ABSTRAK

Industri persepedaan merupakan salah satu industri yang sedang berkembang cukup pesat. Toko Sepeda X (TSX) merupakan salah satu toko yang ikut berkompetisi di dalam perindustrian sepeda. TSX adalah toko sepeda *offline* yang terletak di Kota Cirebon dan telah berdiri sejak tahun 2004. TSX menyediakan berbagai macam sepeda. Pada tahun 2011 hingga 2021 total penjualan sepeda mulai menurun. Pemilik menduga penurunan total penjualan terjadi karena meningkatnya toko pesaing di Kota Cirebon. Peningkatan jumlah toko pesaing dapat menimbulkan potensi konsumen beralih ke toko pesaing. Berdasarkan wawancara awal terhadap 20 responden, 13 dari 20 responden mengetahui TSX namun hanya terdapat 5 responden yang pernah mengunjungi TSX. Oleh karena itu, dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat beli konsumen di TSX dan tingkat niat beli konsumen di TSX.

Pada penelitian ini, langkah awal yang dilakukan adalah penentuan variabel dan atribut yang diduga memengaruhi niat beli konsumen. Penentuan variabel dan atribut didasari dari penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya dengan mempertimbangkan hasil wawancara responden. Terdapat 7 faktor atau variabel independen yang digunakan, yaitu harga, promosi, keragaman produk, lokasi, kualitas pelayanan, atmosfer toko, *word of mouth*, dan 1 variabel dependen, yaitu niat beli. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online* dan *offline*. Melalui penyebaran kuesioner, didapatkan 175 data untuk dilakukan pengolahan data. Metode yang digunakan untuk pengolahan data, yaitu analisis regresi linear berganda.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh 4 faktor yang memengaruhi niat beli konsumen secara signifikan, yaitu harga, kualitas pelayanan, atmosfer toko, dan *word of mouth*. Sedangkan, 3 faktor lainnya, yaitu promosi, keragaman produk, dan lokasi tidak memengaruhi niat beli konsumen secara signifikan. Terdapat 15 usulan yang diberikan dalam upaya perbaikan TSX. Dari 15 usulan tersebut, sebanyak 14 usulan disetujui oleh pemilik TSX dan 1 usulan dipertimbangkan oleh pemilik TSX.

ABSTRACT

The bicycle industry is one of the fastest growing industries. Bike Shop X (TSX) is one of the shops that competes in the bicycle industry. TSX is an offline bicycle shop located in Cirebon City and has been established since 2004. TSX provides a variety of bicycles. In 2011 to 2021 total bicycle sales began to decline. The owner suspects that the decrease in total sales is due to the increase in competing stores in Cirebon City. An increase in the number of competing stores can lead to the potential for consumers to switch to competing stores. Based on initial interviews with 20 respondents, 13 out of 20 respondents knew about TSX but only 5 respondents had visited TSX. Therefore, further research was conducted to determine the factors that influence consumer purchase intention in TSX and the level of consumer purchase intention in TSX.

In this study, the first step is to determine the variables and attributes that are thought to influence consumers' purchase intentions. Determination of variables and attributes is based on similar research that has been done previously by considering the results of respondent interviews. There are 7 independent factors or variables used, namely price, promotion, product diversity, location, service quality, store atmosphere, word of mouth, and 1 dependent variable, namely purchase intention. Data was collected by distributing online and offline questionnaires. Through the distribution of questionnaires, obtained 175 data for data processing. The method used for data processing, namely multiple linear regression analysis.

From the results of data processing, obtained 4 factors that significantly influence consumer buying intentions, namely price, service quality, store atmosphere, and word of mouth. Meanwhile, the other 3 factors, namely promotion, product diversity, and location did not significantly affect consumers' purchase intentions. There are 15 suggestions given in an effort to improve TSX. Of the 15 proposals, 14 were approved by the TSX owner and 1 was considered by the TSX owner

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala berkat dan rahmat-Nya kepada penulis, laporan skripsi dengan judul “UPAYA PERBAIKAN TOKO SEPEDA X (TSX) BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Laporan skripsi ini disusun berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan dari bulan Februari tahun 2022 hingga bulan Juli tahun 2022. Salah satu tujuan penyusunan skripsi ini, yaitu untuk memenuhi persyaratan terakhir sebagai mahasiswa yang wajib ditempuh sesuai dengan kurikulum yang berlaku di Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan. Selain itu, penyusunan skripsi ini juga bertujuan untuk mengimplementasi pengetahuan yang telah didapatkan penulis, serta dapat menambah pengalaman baru yang sebelumnya tidak diperoleh di perkuliahan.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, terdapat berbagai tantangan dan rintangan yang dihadapi oleh penulis. Namun, seluruh tantangan dan rintangan tersebut dapat dilalui oleh penulis berkat pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam proses penyusunan laporan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran, serta tenaga untuk memberikan bimbingan dan mendukung penulis dalam penyusunan laporan skripsi
2. Ibu Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku koordinator skripsi yang telah mempersiapkan pelaksanaan kegiatan skripsi dengan baik
3. Seluruh dosen Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan atas dukungan serta ilmu yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Seluruh jajaran staf tata usaha Fakultas Teknologi Industri Universitas Katolik Parahyangan.
5. Ibu Guat Ngo selaku pemilik Toko Sepeda X (TSX) yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

6. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian dan melakukan proses wawancara demi kepentingan penelitian dan penyusunan laporan skripsi.
7. Orang tua penulis yang telah memberikan dukungan serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan skripsi.
8. Maria, Felix, Adeline, Maureen, Ica, Dhyani, Vannia, Darren, Oswell, Regan, Icha, Alda, Gianluca, Henry, Cela, Aldy, Aubrey, Kei, Krista, Kenya dan Nobel selaku teman penulis di perkuliahan dan telah menjadi penyemangat selama perkuliahan.
9. Andri, Caca, Kristian, dan Valen selaku teman seperjuangan dalam penyusunan laporan skripsi dan telah membantu memberikan arahan dan bertukar pikiran selama penyusunan laporan skripsi.
10. Sharon, Neysa, Salsa, Kezia, Yola, Alvin, Aaron, Vincent, Edward, dan Tasha selaku sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan laporan skripsi.
11. Teman-teman penulis yang berasal dari UNPAR maupun di luar UNPAR serta kakak dan adik tingkat yang telah memberikan dukungan, pelajaran berharga, dan pengalaman yang tidak terlupakan bagi penulis selama perkuliahan.
12. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian laporan skripsi dari awal penyusunan hingga akhir penyusunan.

Melalui penyusunan laporan skripsi ini, penulis menyadari bahwa hasil penelitian yang dilakukan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka akan kritik dan saran dari pembaca yang dapat membantu mengembangkan kemampuan penulis sehingga laporan skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga dengan adanya laporan ini, pembaca dapat menambah wawasan dan dapat bermanfaat.

Bandung, 20 Juli 2022



Paulina Phoenix

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
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-9
I.4 Tujuan Penelitian	I-9
I.5 Manfaat Penelitian	I-9
I.6 Metodologi Penelitian Sistematika Penulisan.....	I-10
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Perilaku Konsumen.....	II-1
II.2 Keputusan Pembelian.....	II-2
II.3 Niat Beli Konsumen	II-3
II.4 Penelitian Pendahulu Niat Beli Konsumen	II-4
II.4.1 Penelitian Hafiz Ihsan-ur-Rehman <i>et al.</i> (2014)	II-4
II.4.2 Penelitian Derek Ong Lai Teik <i>et al.</i> (2014)	II-5
II.4.3 Penelitian Hendra Atmaja, Sri Murni, Nur Choirul Afif (2020).II-5	
II.4.4 Penelitian Meriditha Adinda Tricahyanti (2018).....	II-6
II.5 Teknik Sampling	II-7
II.5.1 <i>Probability Sampling</i>	II-7
II.5.2 <i>Non-Probability Sampling</i>	II-8
II.6 Skala	II-9
II.7 Evaluasi Model Pengukuran	II-10
II.8 Evaluasi Model Struktural	II-13

II.8.1	Pengujian Asumsi Klasik	II-13
II.8.2	Regresi Linear Berganda.....	II-14
II.9	Jumlah Sampel.....	II-16
BAB III	PERANCANGAN DAN PENGUJIAN MODEL NIAT BELI DI	
	TOKO SEPEDA.....	III-1
III.1	Model Penelitian	III-1
III.2	Operasionalisasi Variabel	III-6
III.3	Pengumpulan Data	III-11
III.3.1	Perancangan Kuesioner Penelitian.....	III-11
III.3.2	Uji Pendahuluan Kuesioner	III-15
III.3.3	Penentuan Teknik <i>Sampling</i> dan Jumlah Sampel.....	III-17
III.3.4	Penyebaran Kuesioner dan Penyeleksian Data Kuesioner Penelitian.....	III-17
III.4	Pengolahan Data Profil Responden	III-18
III.5	Pengujian Model Penelitian.....	III-21
III.5.1	Evaluasi Model Pengukuran	III-21
III.5.2	Evaluasi Model Struktural	III-32
III.6	Rata-rata Indikator dan Variabel Responden TSX	III-38
III.7	Rata-rata Indikator dan Variabel Pesaing.....	III-40
III.8	Perbandingan Rata-Rata TSX dengan Pesaing.....	III-41
BAB IV	ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....	IV-1
IV.1	Analisis Profil Responden	IV-1
IV.2	Analisis Pengujian Model.....	IV-4
IV.2.1	Analisis Model Pengukuran	IV-4
IV.2.2	Analisis Model Struktural	IV-7
IV.3	Analisis Niat Beli di TSX	IV-12
IV.4	Rancangan Usulan Perbaikan	IV-14
IV.4.1	Rancangan Usulan Perbaikan Variabel Harga.....	IV-15
IV.4.2	Rancangan Usulan Perbaikan Variabel Atmosfer Toko	IV-16
IV.4.3	Rancangan Usulan Perbaikan Variabel <i>Word of Mouth</i>	IV-20
IV.4.4	Rancangan Usulan Perbaikan Variabel Kualitas Pelayanan.....	IV-22
IV.5	Evaluasi Usulan Perbaikan TSX	IV-29
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	V-1

V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-3
DAFTAR PUSTAKA.....	V-1
LAMPIRAN A PERTANYAAN KUESIONER GOOGLE FORM	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Rekapitulasi Alasan Konsumen Membeli Sepeda secara <i>Offline</i>	I-4
Tabel I.2 Rekapitulasi Faktor Pertimbangan Responden dalam Memilih Toko Sepeda	I-7
Tabel III.1 Rekapitulasi Variabel dan Atribut	III-7
Tabel III.2 Keterangan Pengukuran Skala <i>Likert</i>	III-13
Tabel III.3 Data Pertanyaan Bagian Kedua.....	III-13
Tabel III.4 Hasil Uji Pendahuluan.....	III-16
Tabel III.5 Rekapitulasi Profil Responden	III-18
Tabel III.6 Nilai <i>Composite Reliability</i>	III-22
Tabel III.7 Nilai <i>Outer Loading</i>	III-23
Tabel III.8 Nilai AVE.....	III-24
Tabel III.9 Nilai <i>Composite Reliability</i> Setelah Penghilangan Indikator.....	III-25
Tabel III.10 Nilai <i>Outer Loading</i> Setelah Penghilangan Indikator	III-26
Tabel III.11 Nilai AVE Setelah Penghilangan Indikator.....	III-27
Tabel III.12 Nilai <i>Composite Reliability</i> Setelah Penghilangan Indikator Tambahan	III-28
Tabel III.13 Nilai <i>Outer Loading</i> Setelah Penghilangan Indikator Tambahan..	III-28
Tabel III.14 Nilai AVE Setelah Penghilangan Indikator Tambahan.....	III-29
Tabel III.15 Nilai <i>Cross Loading</i> Setelah Penghilangan Indikator Tambahan .	III-30
Tabel III.16 Nilai Fornell-Larcker Setelah Penghilangan Indikator Tambahan	III-31
Tabel III.17 Hasil Uji Normalitas.....	III-32
Tabel III.18 Hasil Uji Multikolinearitas	III-33
Tabel III.19 Hasil Koefisien Determinasi	III-35
Tabel III.20 Hasil Uji F	III-36
Tabel III.21 Hasil Uji T	III-37
Tabel III.22 Rata-rata Indikator dan Variabel Responden TSX.....	III-38
Tabel III.23 Rata-rata Indikator dan Variabel Pesaing.....	III-40
Tabel III.24 Rata-rata Indikator dan Variabel Pesaing.....	III-41
Tabel IV.1 Usulan Perbaikan Variabel Harga.....	IV-15
Tabel IV.2 Usulan Perbaikan Variabel Atmosfer Toko	IV-16

Tabel IV.3 Usulan Perbaikan Variabel <i>Word of Mouth</i>	IV-20
Tabel IV.4 Usulan Perbaikan Variabel Kualitas Pelayanan	IV-22
Tabel IV.4 Usulan Perbaikan Variabel Kualitas Pelayanan	IV-24
Tabel IV.5 Hasil Evaluasi Usulan Perbaikan TSX	IV-29
Tabel IV.5 Hasil Evaluasi Usulan Perbaikan TSX	IV-30
Tabel IV.5 Hasil Evaluasi Usulan Perbaikan TSX (Lanjutan)	IV-31

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data Jumlah Penjualan Sepeda TSX Tahun 2011-2021	I-2
Gambar I.2 Preferensi Toko Tempat Konsumen Membeli Sepeda	I-6
Gambar I.3 Metodologi Penelitian	I-12
Gambar II.1 Model Penelitian Rehman <i>et al.</i> (2014)	II-4
Gambar II.2 Derek Ong Lai Teik, Koay Kian Yeik, Chuah Siew Lin, Yap Sook Yee (2014)	II-5
Gambar II.3 Hendra Atmaja, Sri Murni, dan Nur Choir Afif (2020).....	II-6
Gambar II.4 Meriditha Adinda Tricahyanti (2018).....	II-6
Gambar II.5 <i>Reflective and Formative Measurement Model</i>	II-11
Gambar III.1 Model Penelitian.....	III-6
Gambar III.2 Model Penelitian Awal dengan SmartPLS	III-21
Gambar III.3 Model Penelitian Akhir dengan SmartPLS.....	III-31
Gambar III.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	III-34
Gambar IV.1 Tampak <i>Front Store</i> TSX.....	IV-17
Gambar IV.2 Tampak <i>Front Store</i> Toko Pesaing	IV-18
Gambar IV.3 Tumpukan Sepeda di TSX.....	IV-19
Gambar IV.4 Rak Susun Toko Pesaing	IV-19
Gambar IV.5 QRIS TSX.....	IV-25
Gambar IV.6 <i>Google Sheet</i> Daftar Sepeda TSX.....	IV-26
Gambar IV.7 Spanduk Jam Operasional TSX.....	IV-27
Gambar IV.8 Lembar Penilaian Kualitas Pelayanan Karyawan TSX	IV-28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pertanyaan Kuesioner Google Form.....A-1

BAB I

PENDAHULUAN

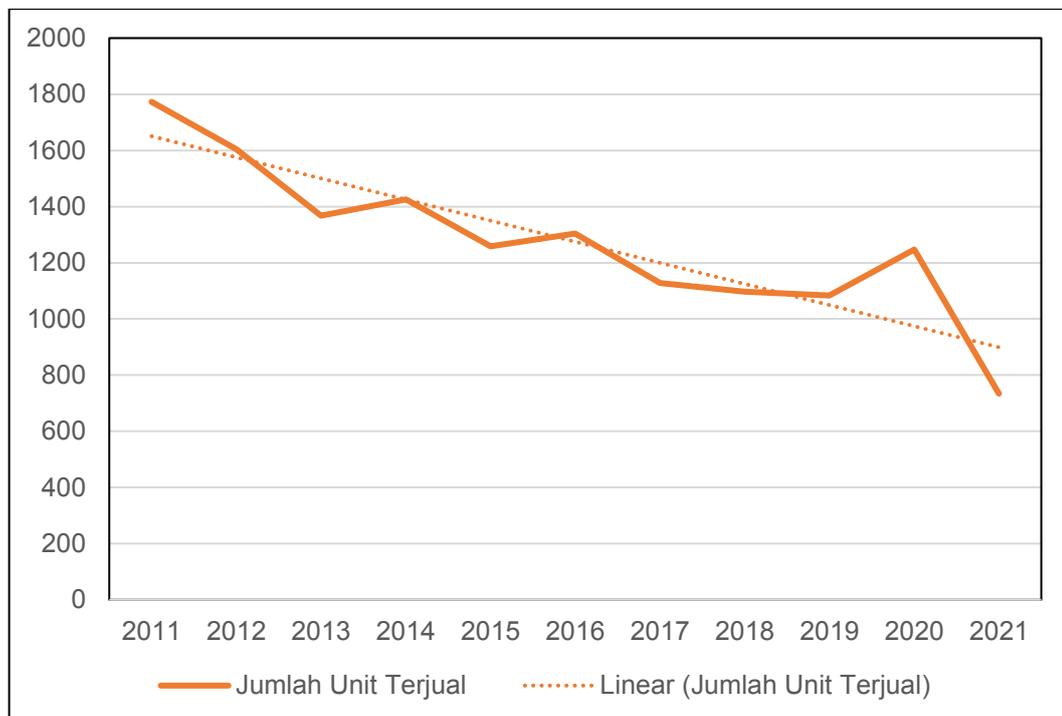
Pada bab I ini akan membahas mengenai pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Terdapat tujuh buah sub bab yang akan dipaparkan pada bab ini. Ketujuh sub bab tersebut diantaranya yaitu, latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan dan asumsi dari penelitian yang dilakukan, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat yang diperoleh dari dilakukannya penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Industri persepedaan merupakan salah satu industri yang sedang berkembang cukup pesat. Hal ini ditandai melalui peningkatan jumlah pengguna sepeda di dunia setiap tahunnya yang cukup signifikan. Berdasarkan data yang diperoleh Roney (2008), ditemukan fakta bahwa produksi sepeda di dunia pada tahun 1990 hingga 2002 yang awalnya berjumlah 94 juta per tahun kian meningkat menjadi 130 juta pada tahun 2007. Dengan kata lain, dapat dilihat bahwa persentase peningkatan dari tahun 1990 hingga 2007 yaitu sebesar 38,31%. Di beberapa bagian negara di dunia, peningkatan jumlah pengguna sepeda diinisiasikan oleh aturan pemerintah. Sebagai contoh, pada tahun 2009, pemerintah Italia meluncurkan program insentif berupa pemberian potongan 30% dari harga sepeda guna mendorong pembelian sepeda sebagai upaya untuk memperbaiki kualitas udara perkotaan dan dapat mengurangi jumlah pengguna mobil di jalanan. Sedangkan di Indonesia sendiri, penggunaan sepeda oleh masyarakat mengalami hal yang serupa dengan negara lainnya. Berdasarkan data yang dikutip oleh Kompas pada tahun 2010, terdapat lonjakan permintaan sepeda di masyarakat sebesar 30% per tahun. Harry Rusli yang merupakan Manajer Produk PT Dispoly Indonesia, produsen sepeda Polygon menyebutkan bahwa permintaan sepeda terus meningkat pesat dari segala lapisan usia dan gender. Di Kota Bandung sendiri, terdapat peningkatan penggunaan sepeda. Salah satu faktor pendorong dari peningkatan ini, yaitu saran pemerintah yang menyarankan masyarakat untuk menggunakan sepeda.

Toko Sepeda X (selanjutnya akan disebut TSX) merupakan salah satu toko sepeda yang ikut berkompetisi di dalam perindustrian sepeda. TSX didirikan pada tahun 2004 di Kota Cirebon, Jawa Barat. TSX berlokasi di jalan utama yang dilalui oleh 2 kabupaten yaitu Kabupaten Cirebon dan Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Selama berdiri kurang lebih 17 tahun, TSX dikelola langsung oleh pemilik toko secara *offline*. TSX menyediakan berbagai ukuran sepeda yang dapat digunakan oleh anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Selain menyediakan sepeda, TSX juga menyediakan berbagai kebutuhan perlengkapan dan peralatan bersepeda seperti berbagai macam *spare parts* dan perlengkapan keamanan saat bersepeda. TSX beroperasi setiap hari dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Hingga saat ini, terdapat 5 orang karyawan yang dipekerjakan oleh pemilik toko.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada pemilik TSX, pemilik toko mengatakan bahwa total penjualan sepeda dari awal didirikannya TSX pada tahun 2004 hingga tahun 2010 cenderung stabil dan mengalami peningkatan. Namun, pada tahun 2011 total penjualan sepeda mulai menurun. Oleh karena hal tersebut, maka dilakukan penelitian lebih lanjut melalui data penjualan sepeda di TSX. Melalui penelitian tersebut, diperoleh data penjualan TSX dari tahun 2011 hingga tahun 2021 yang dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Data Jumlah Penjualan Sepeda TSX Tahun 2011-2021

Melalui Gambar I.1 di atas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2011 hingga tahun 2021, total jumlah unit terjual di TSX membentuk *trendline* menurun. Pemilik toko mengeluhkan bahwa penurunan total penjualan di TSX yang terjadi, membuat beliau menjadi khawatir karena apabila fenomena ini terus berlanjut dalam jangka waktu yang panjang, maka akan berdampak pada kesejahteraan keluarga, karyawan, hingga kebangkrutan toko. Agar dapat meningkatkan penjualan di TSX, perlu dilakukan upaya perbaikan. Dengan dilakukannya pengadaan upaya perbaikan terhadap TSX, diharapkan TSX dapat mempertahankan bahkan dapat meningkatkan performansi penjualan sepeda dan dapat terus bersaing dengan toko sepeda lainnya.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Agar dapat mengetahui akar dari masalah yang dihadapi TSX yaitu penurunan total penjualan sepeda, dilakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian lebih lanjut ini dilakukan melalui proses wawancara dan observasi. Tahapan pertama dilakukan wawancara dengan pemilik TSX. Tahap wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui fenomena atau permasalahan apa yang diduga dapat menjadi pemicu masalah yang dialami serta upaya apa saja yang telah dilakukan oleh pemilik TSX untuk mengatasi permasalahan yang sedang dialami.

Wawancara dilakukan kepada pemilik TSX yang merupakan pengelola tunggal TSX, pemilik menceritakan kondisi dan fenomena yang sedang terjadi saat ini. Menurut pemilik TSX, pemilik merasakan bahwa penjualan di toko menjadi sepi, bahkan terdapat satu hari dimana tidak ada penjualan sepeda di TSX. Pemilik toko menduga bahwa meningkatnya tren penggunaan sepeda menyebabkan banyak orang yang memanfaatkan kondisi tersebut untuk membuka usaha dalam bidang industri persepedaan. Hal ini menyebabkan persaingan penjualan sepeda menjadi semakin ketat. Dari hasil wawancara juga menunjukkan bahwa pemilik TSX tidak melakukan pemasaran TSX dengan baik. Hal ini karena pemilik tidak mengerti bagaimana cara melakukan strategi pemasaran yang sesuai. Upaya pemasaran yang dilakukan pemilik hanya sebatas mengurangi harga jual sepeda semaksimal mungkin agar sepeda yang dijual murah. Hal ini secara tidak langsung dapat memberikan dampak positif pada TSX karena konsumen dapat

menyebarkan informasi terkait harga pembelian yang murah dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Pemilik juga menuturkan bahwa beliau menduga penurunan penjualan di TSX bisa jadi disebabkan oleh masyarakat Kota Cirebon yang melakukan pembelian sepeda secara *online*. Salah satu *platform e-commerce* di Indonesia mencatat bahwa penjualan sepeda di tahun 2020 meningkat hingga tiga kali lipat. Hal ini menunjukkan bahwa niat beli masyarakat dalam berbelanja sepeda secara *online* cukup tinggi. Oleh karena itu, dengan adanya peningkatan kegiatan jual beli sepeda secara *online*, *platform e-commerce* yang menjual sepeda patut untuk dipertimbangkan menjadi pesaing toko sepeda *offline*. Berdasarkan data tersebut, dilakukan identifikasi lebih lanjut terkait preferensi masyarakat Kota Cirebon untuk mengetahui perilaku konsumen dalam berbelanja sepeda. Identifikasi dilakukan dengan cara pengisian kuesioner pendahuluan yang disebarakan secara *online* kepada masyarakat Kota Cirebon. Melalui penyebaran kuesioner tersebut, didapatkan 70 responden yang mengisi kuesioner, namun hanya terdapat 65 responden yang memenuhi kriteria target pasar TSX. Melalui kuesioner tersebut, didapatkan informasi terkait pengalaman berbelanja sepeda masyarakat Kota Cirebon. Sebesar 83,1% responden memiliki pengalaman berbelanja sepeda secara *offline*, 1,5% responden memiliki pengalaman berbelanja sepeda secara *online*, dan 15,4% responden memiliki pengalaman berbelanja sepeda secara *online dan offline*. Melalui pertanyaan tersebut, dapat dilihat bahwa pembelian sepeda didominasi dengan cara pembelian secara *offline*. Selanjutnya diberikan pertanyaan lanjutan dalam rangka mencari tahu alasan konsumen lebih memilih berbelanja sepeda secara *offline*. Alasan konsumen lebih memilih berbelanja sepeda secara *offline* dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Rekapitulasi Alasan Konsumen Membeli Sepeda secara *Offline*

No	Alasan Konsumen Membeli Sepeda secara <i>Offline</i>
1	Dapat memeriksa kondisi fisik barang secara langsung
2	Dapat menguji fungsi barang secara langsung
3	Dapat bertanya secara langsung terkait produk kepada pemilik
4	Cepat dalam mendapatkan produk
5	Harga dapat ditawarkan
6	Tidak perlu khawatir barang rusak dalam perjalanan menuju lokasi
7	Pembayaran yang dilakukan relatif lebih aman

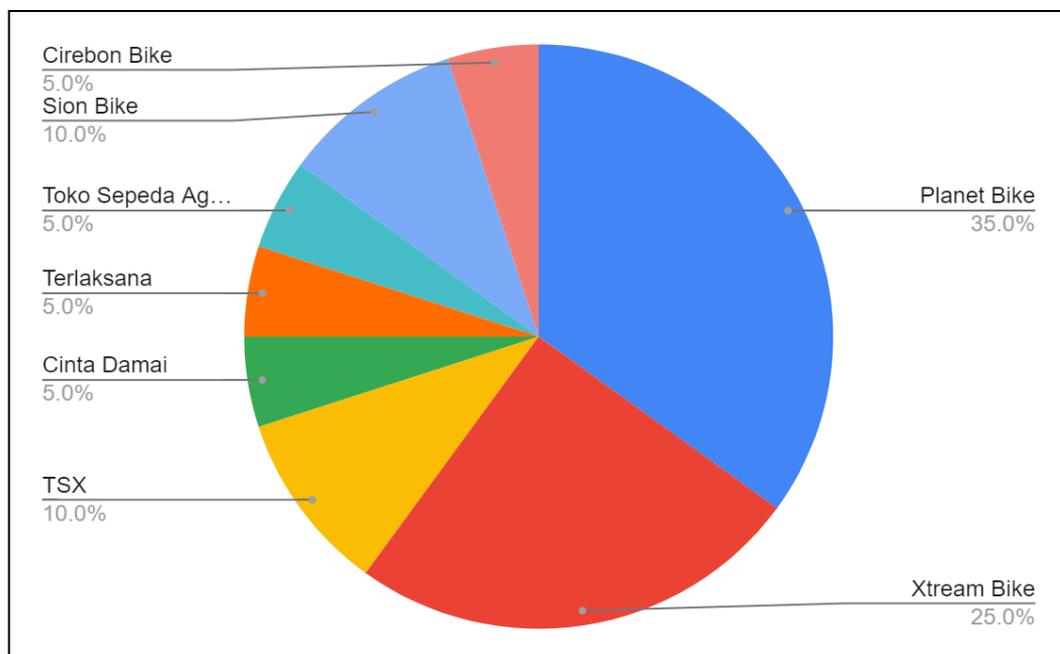
Melalui hasil pengisian kuesioner tersebut, diketahui bahwa masyarakat Kota Cirebon cenderung memiliki tingkat keinginan dalam berbelanja sepeda secara *offline*. Oleh karena hal tersebut, potensi TSX dalam menjalankan usahanya secara *offline* masih tinggi. Selain itu, melihat dari kapabilitas yang dimiliki oleh pemilik toko yang tidak memahami cara untuk memanfaatkan teknologi sebagai salah satu media yang dapat digunakan untuk berjualan secara *online* juga dipertimbangkan.

Berdasarkan hasil wawancara juga dilakukan observasi untuk mengetahui jumlah toko sepeda saat ini yang berada di Kota Cirebon. Melalui hasil observasi, pada tahun 2022 terhitung setidaknya terdapat 33 toko sepeda yang berada di Kota Cirebon. Jumlah toko sepeda yang semakin banyak di Kota Cirebon, menjadikan konsumen memiliki banyak pilihan dalam menentukan tempat berbelanja. Setiap pemilik usaha tentunya memiliki strategi tersendiri untuk tetap dapat bersaing di industri yang sedang dijalankan. Sama halnya seperti strategi yang telah diterapkan oleh pemilik TSX. Pemilik TSX menuturkan bahwa selama ini terdapat beberapa strategi yang telah diterapkan dalam upaya meningkatkan penjualan sepeda. Strategi pertama yang dilakukan pemilik TSX adalah terus memperbarui produk sesuai dengan tren yang berlaku pada periode tersebut. Kemudian, pemilik TSX secara berkala membersihkan sepeda yang dijualnya. Pemilik juga telah melakukan penataan sepeda sesuai dengan ukurannya agar memudahkan konsumen yang datang untuk melihat-lihat sepeda. Tujuan dilakukannya strategi-strategi ini yaitu agar TSX dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan konsumen mendapatkan pengalaman baik saat berbelanja di TSX. Strategi ini dinilai kurang efektif oleh pemilik karena total penjualan sepeda di TSX masih menurun.

Setelah melakukan wawancara dengan pihak TSX, tahap selanjutnya yaitu melakukan identifikasi permasalahan melalui pihak konsumen yang membeli sepeda. Tahap identifikasi ini dilakukan melalui proses wawancara dengan konsumen sepeda. Wawancara dilakukan kepada 20 responden yang berdomisili di Kota Cirebon dan pernah membeli sepeda dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Tujuan dilakukannya wawancara ini yaitu untuk mengetahui pengalaman berbelanja sepeda konsumen. Melalui hasil wawancara yang dilakukan, didapatkan informasi terkait frekuensi pembelian sepeda dalam kurun waktu sepuluh tahun, tempat konsumen membeli sepeda, faktor yang menjadi

pertimbangan konsumen untuk membeli toko sepeda, pengetahuan konsumen mengenai TSX, dan konsumen yang mengetahui TSX akan diberikan pertanyaan lanjutan terkait alasan tidak melakukan pembelian sepeda di TSX.

Melalui wawancara yang dilakukan kepada 20 responden, didapatkan informasi bahwa 1 responden pernah melakukan pembelian sebanyak 3 kali, 7 responden melakukan pembelian sepeda sebanyak 2 kali, dan 12 responden pernah membeli sepeda sebanyak 1 kali. Kemudian, diperoleh juga informasi terkait tempat konsumen membeli sepeda yang dapat dilihat pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2 Preferensi Toko Tempat Konsumen Membeli Sepeda

Melalui Gambar 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa toko sepeda Planet Bike memiliki persentase 35% atau setara dengan 7 responden, sedangkan TSX memiliki persentase sebesar 10% atau setara dengan 2 responden dan toko pesaing lainnya memiliki persentase sebesar 25%, 10% dan 5%. Selanjutnya, diberikan pertanyaan terkait faktor apa saja yang menjadi pertimbangan responden dalam membeli sepeda di toko sepeda. Tabel 1.2 merupakan hasil rekapitulasi mengenai faktor apa saja yang memengaruhi responden dalam menentukan toko sepeda.

Tabel I.2 Rekapitulasi Faktor Pertimbangan Responden dalam Memilih Toko Sepeda

Faktor	Jumlah
Harga	16
Kelengkapan dan variasi produk	10
Pelayanan toko	8
Rekomendasi (<i>Word of Mouth</i>)	6
Promosi	5
Lokasi	3
Lingkungan Toko	2

Setelah mengetahui faktor apa saja yang menjadi pertimbangan responden terhadap pembelian sepeda di toko sepeda *offline*, selanjutnya diberikan pertanyaan lanjutan terkait pengetahuan konsumen mengenai TSX. Melalui hasil wawancara, diperoleh informasi bahwa 13 responden mengetahui TSX dan 7 responden tidak mengetahui TSX. Dari 13 responden yang mengetahui TSX, 8 responden hanya mengetahui tetapi tidak pernah datang ke TSX. Sedangkan, 5 responden lainnya mengetahui dan pernah datang ke TSX. Terdapat beberapa alasan konsumen yang mengetahui TSX namun tidak datang ke TSX seperti, lokasi toko yang jauh dan sudah direkomendasi oleh orang lain untuk membeli sepeda di toko pesaing. Kemudian, dari 5 responden yang pernah datang ke TSX, hanya 2 responden yang pernah membeli sepeda di TSX. Sedangkan, 3 dari 5 responden tidak membeli sepeda di TSX. Hal ini karena pelayanan yang cukup lambat, produk yang terdapat di toko kurang bervariasi, dan harga tidak sesuai *budget* konsumen. Melihat fenomena yang terjadi, dapat dilihat bahwa niat beli konsumen untuk membeli sepeda di TSX masih tergolong rendah. Maka dari itu, dibutuhkan adanya upaya perbaikan untuk meningkatkan niat beli konsumen. Dalam melakukan suatu upaya perbaikan, pemilik TSX harus dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika ingin membeli sepeda.

Menurut Engel *et al.* (1993), niat beli pada umumnya dirujuk sebagai pembelian yang terencana yang dimana konsumen akan menginvestasikan waktu dan energi dalam melakukan aktivitas berbelanja dan membeli. Assael (2006) menyebutkan bahwa niat pembelian merupakan suatu perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan adanya keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Kotler dan Armstrong (2014) menyebutkan bahwa

rekomendasi dari teman, rekan kerja, atau konsumen lain mampu memberikan dampak yang kuat terhadap niat beli seseorang. Niat beli konsumen memiliki kaitan yang erat dengan keputusan pembelian. Husein (2015) menyatakan bahwa niat beli merupakan suatu sikap konsumen dalam mengonsumsi suatu produk ataupun jasa serta memiliki kecenderungan untuk merespon sebelum dilakukan suatu keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, dapat dilihat bahwa terdapat banyak faktor yang mungkin memengaruhi niat beli konsumen di toko sepeda. Penentuan faktor atau variabel dilakukan dengan menggunakan pendekatan terhadap studi literatur dan jurnal yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi niat beli konsumen. Melalui jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ihsan-ur-Rehman, Muhammad Ashar, Bakhtawar Javed, Mayda Khalid, dan Rabia didapatkan bahwa keragaman produk, atmosfer toko, dan lokasi toko memberikan pengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen di toko retail. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Derek ong Lai Teik, Koay Kian Yeik, Chuah Siew Lin, dan Yap Sook Yee (2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan atmosfer toko memberikan pengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen pada industri mainan. Penelitian lain juga dilakukan oleh Hendra Atmaja, Sri Murni, Nur Choirul Afif (2020) yang menunjukkan bahwa faktor produk, harga, dan promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda. Penelitian lain yang dilakukan oleh Tricahyanti (2018) menunjukkan bahwa faktor harga dan *word of mouth* memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone*.

Melalui penelitian-penelitian yang telah dilakukan tersebut, diperoleh faktor-faktor yang diduga dapat memberikan pengaruh terhadap niat beli konsumen di TSX. Faktor-faktor tersebut adalah faktor harga, promosi, keragaman produk, lokasi, kualitas pelayanan, atmosfer toko, dan *word of mouth*. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat beli konsumen, pemilik toko dapat dengan tepat melakukan upaya perbaikan terhadap TSX. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, masalah yang sedang dihadapi oleh TSX dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi niat beli konsumen dalam membeli sepeda di toko sepeda Kota Cirebon?
2. Bagaimana tingkat niat beli konsumen untuk membeli sepeda di TSX?

3. Bagaimana upaya perbaikan yang dapat diberikan kepada TSX untuk meningkatkan niat beli konsumen dalam membeli sepeda?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan terhadap TSX, terdapat batasan masalah yang diberikan. Tujuan pemberian batasan masalah adalah agar penelitian yang dilakukan lebih terfokus serta cakupan permasalahan tidak terlalu luas. Berikut merupakan batasan masalah yang diberikan pada penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan hanya hingga tahap evaluasi perancangan usulan perbaikan dari permasalahan yang terjadi.
2. Dalam pembuatan rancangan usulan perbaikan, biaya perancangan tidak diperhitungkan.

Selain memberikan batasan, terdapat pemberian asumsi yang digunakan terhadap penelitian di TSX. Tujuan diberikannya asumsi ini adalah untuk menyederhanakan permasalahan yang terdapat pada penelitian sehingga rancangan usulan yang diberikan dapat lebih terarah. Asumsi yang diberikan pada penelitian ini yaitu tidak terjadi perubahan kondisi pada TSX secara signifikan.

I.4 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan, tentunya memiliki tujuan yang hendak dicapai. Termasuk penelitian yang dilakukan terhadap TSX. Tujuan penelitian ini adalah bentuk untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut adalah tujuan dari dilakukannya penelitian ini.

1. Mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi niat beli konsumen di toko sepeda.
2. Mengetahui niat beli konsumen pada TSX.
3. Mengetahui dan memberikan rancangan usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli konsumen di TSX berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi niat beli konsumen.

I.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat

kepada pihak-pihak terkait. Pihak-pihak yang dimaksudkan antara lain bagi pemilik toko, penulis, dan pembaca. Berikut merupakan manfaat dari penelitian ini.

1. **Bagi pemilik usaha**
Pemilik usaha dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi niat beli konsumen di TSX. Selain itu, pemilik usaha dapat mendapatkan suatu usulan rancangan perbaikan dari peneliti. Usulan rancangan perbaikan ini dapat dipertimbangkan oleh pemilik usaha untuk diterapkan di TSX.
2. **Bagi peneliti**
Peneliti dapat mengimplementasikan keilmuan Teknik Industri yang telah diperoleh, khususnya pada bidang ilmu manajemen industri. Selain itu, manfaat lain yang dapat diperoleh peneliti yaitu, peneliti dapat mengasah kemampuan menganalisis untuk mengidentifikasi masalah serta dapat berpikir kritis dalam memberikan usulan perbaikan atas permasalahan yang ada.
3. **Bagi pembaca**
Pembaca dapat menambah wawasan dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi niat beli konsumen dalam membeli sepeda. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian serupa.

I.6 Metodologi Penelitian Sistematika Penulisan

Metodologi penelitian merupakan penjelasan terkait langkah-langkah yang dilakukan selama penelitian dilakukan agar dapat berjalan secara sistematis. Metodologi penelitian tersusun dari langkah awal penentuan topik dan objek yang diteliti, merumuskan permasalahan yang terjadi, hingga dihasilkan kesimpulan dan saran untuk penelitian serupa. Gambar I.3 menunjukkan langkah-langkah yang ditempuh selama penelitian berlangsung.

1. **Studi Pendahuluan**
Tahap studi pendahuluan dilakukan agar peneliti mengetahui masalah yang sedang dihadapi oleh objek penelitian di kondisi saat ini. Studi pendahuluan dilakukan dengan cara melakukan observasi langsung ke tempat objek yang diteliti yaitu TSX. Tujuan dilakukannya observasi yaitu untuk mengetahui keadaan langsung di TSX. Selanjutnya, dilakukan

wawancara dengan pemilik TSX. Wawancara dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang tengah dialami oleh TSX.

2. **Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah di TSX**

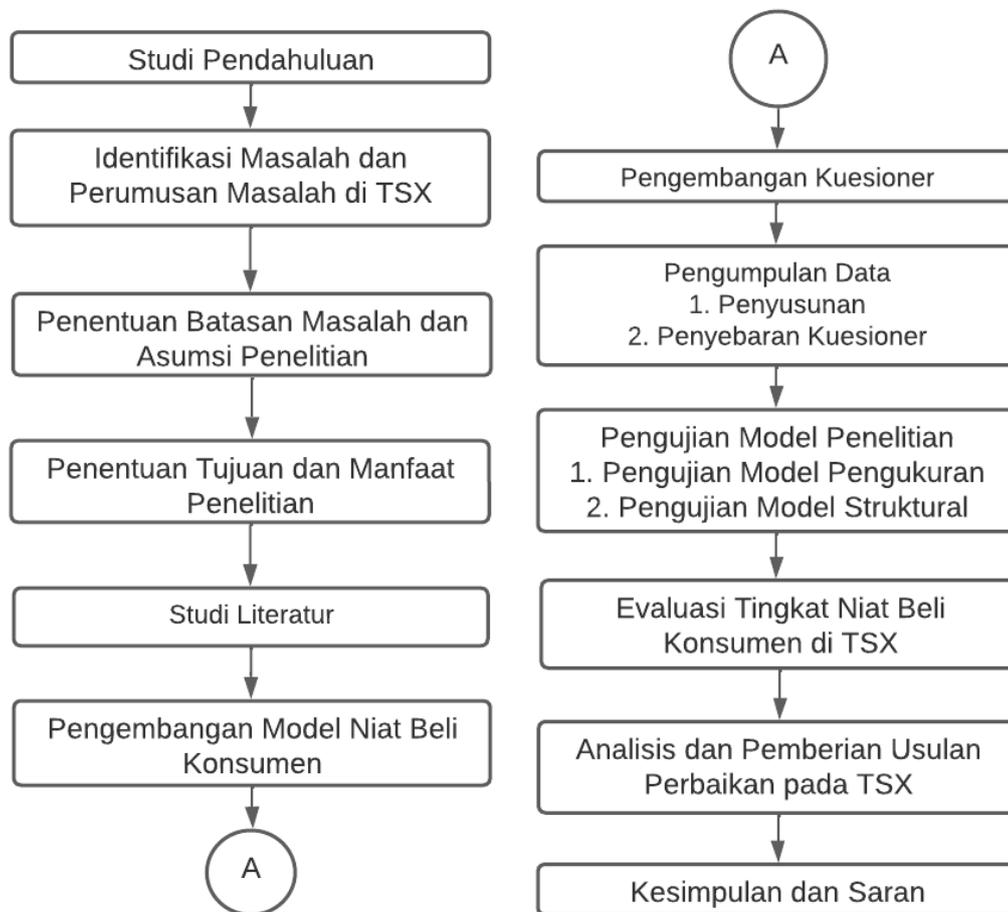
Pada tahap identifikasi masalah dan perumusan masalah dilakukan proses pengumpulan data. Data yang dikumpulkan dapat digunakan sebagai data pendukung yang menunjukkan adanya masalah yang terjadi pada objek yang diteliti. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan pemilik dan konsumen potensial terhadap TSX dan penyebaran kuesioner pendahuluan.
3. **Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Pada tahap penentuan batasan masalah dan asumsi penelitian, peneliti memberikan batasan pada masalah yang sedang dihadapi objek penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat lebih terfokus sehingga saran yang diberikan dapat lebih spesifik. Selain memberikan batasan masalah, peneliti menentukan asumsi penelitian. Tujuan diberikannya asumsi ini ialah untuk memudahkan peneliti selama proses penelitian.
4. **Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penentuan tujuan penelitian diperoleh berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah yang pada tahapan sebelumnya telah ditentukan. Sedangkan manfaat penelitian merupakan keuntungan yang diperoleh dari penelitian. Pihak-pihak yang dapat memperoleh manfaat dari penelitian ini adalah pemilik TSX, peneliti, dan pembaca.
5. **Studi Literatur**

Studi literatur dilakukan dengan tujuan agar peneliti dapat menambah pengetahuan mengenai teori apa saja yang berkaitan dengan penelitian. Pada tahap ini, akan diperoleh model dan metode yang akan digunakan dalam penelitian. Sumber studi literatur diperoleh melalui buku dan jurnal yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.
6. **Pengembangan Model Niat Beli Konsumen**

Pengembangan model niat beli konsumen yang dilakukan didasari dari jurnal ataupun penelitian serupa yang telah dilakukan dan hasil identifikasi. Selain itu, dilakukan penentuan variabel serta indikator yang diduga berpengaruh terhadap niat beli konsumen dalam membeli sepeda.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

7. Pengembangan Kuesioner

Pengumpulan data dilakukan melalui pengisian kuesioner. Tahap pengembangan kuesioner merupakan tahapan dimana kuesioner dibuat dengan mempertimbangkan variabel dan butir pengukuran apa saja yang digunakan dalam penelitian.

8. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui pengisian kuesioner. Tahap pertama yang dilakukan adalah menyusun kuesioner penelitian dan tahap kedua yaitu menyebarkan kuesioner kepada responden. Selanjutnya, dilakukan pengolahan terhadap data yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang dilakukan.

9. **Pengujian Model Penelitian**
Tahap pengolahan data dilakukan dengan menggunakan data yang telah diperoleh pada tahap penyebaran kuesioner. Terdapat dua evaluasi yang dihasilkan melalui pengolahan data ini, yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural.
10. **Evaluasi Tingkat Niat Beli Konsumen di TSX**
Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui tingkat niat beli konsumen dalam berbelanja sepeda di TSX. Hasil evaluasi ini nantinya akan menjadi dasar untuk memberikan usulan perbaikan yang sesuai dengan faktor yang berpengaruh terhadap TSX.
11. **Analisis dan Pemberian Usulan Perbaikan pada TSX**
Tahap analisis dilakukan terhadap data dan hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Setelah tahap analisis, diberikan usulan perbaikan berdasarkan variabel-variabel yang memengaruhi niat beli konsumen. Usulan perbaikan diberikan dengan tujuan untuk memperbaiki masalah yang dialami TSX.
12. **Kesimpulan dan Saran**
Tahap akhir dari metodologi penelitian adalah pemaparan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan penelitian akan menjawab tujuan dari penelitian yang dilakukan. Sedangkan saran penelitian merupakan saran yang diberikan kepada penelitian selanjutnya yang serupa dengan penelitian ini.

I.7 Sistematika Penulisan

Dalam melakukan laporan penelitian, dibutuhkan adanya sistematika penulisan yang jelas. Hal ini bertujuan agar laporan penelitian menjadi lebih rapi, terstruktur, dan mudah untuk dibaca. Pada sistematika laporan penelitian, akan terdiri dari lima bab, diantaranya adalah pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, serta kesimpulan dan saran. Di bawah ini merupakan penjabaran dari setiap bab yang terdapat di dalam laporan penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan akan membahas mengenai latar belakang masalah sehingga penelitian dilakukan, identifikasi dan perumusan masalah,

pembatasan masalah dan asumsi yang diberikan terhadap penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka akan dijelaskan mengenai landasan teori atau teori-teori pendukung yang berkaitan dengan penelitian. Teori-teori pendukung tersebut antara lain yaitu mengenai perilaku konsumen, tahapan keputusan pembelian, niat beli, penelitian pendahulu terkait niat beli, teknik *sampling*, skala, dan regresi linear berganda.

BAB III PERANCANGAN DAN PENGUJIAN MODEL NIAT BELI DI TOKO SEPEDA

Pada bab perancangan dan pengujian model niat beli di toko sepeda ini akan dijabarkan mengenai pembangunan hipotesis, operasionalisasi variabel, pengumpulan data, pengujian model penelitian, serta pengukuran performansi TSX. Pembangunan hipotesis dan operasionalisasi variabel mengacu pada identifikasi masalah yang diperoleh dan penelitian pendahulu terkait niat beli. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner. Sedangkan, pengujian model akan berisikan pengolahan data profil responden hasil evaluasi model pengukuran serta evaluasi model struktural hingga pengolahan data tingkat niat beli konsumen di TSX.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab analisis dan usulan perbaikan akan dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Analisis akan berfokus terhadap hasil pengolahan data yang nantinya akan digunakan sebagai dasar dari pemberian usulan terhadap permasalahan yang terjadi. Selain itu, terdapat analisis mengenai hasil usulan perbaikan untuk dilakukan evaluasi kembali.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdapat pemaparan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan penelitian akan menjawab tujuan dari penelitian yang telah dilakukan. Sedangkan, saran penelitian merupakan saran yang diberikan kepada penelitian selanjutnya yang serupa dengan penelitian ini.