

**USULAN PERBAIKAN DI KEDAI CIHAMPELAS 130  
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
MINAT BELI KONSUMEN DI PUJASERA**

**SKRIPSI**

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

**Disusun oleh:**

**Nama : Syah Rayhan Makki**

**NPM : 6131901229**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2024**

**USULAN PERBAIKAN DI KEDAI CIHAMPELAS 130  
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
MINAT BELI KONSUMEN DI PUJASERA**

**SKRIPSI**

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

**Disusun oleh:**

**Nama : Syah Rayhan Makki**

**NPM : 6131901229**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2024**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Syah Rayhan Makki  
NPM : 6131901229  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN DI KEDAI CIHAMPÉLAS 130  
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI  
KONSUMEN DI PUJASERA

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 13 Januari 2024  
Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T., P. A. R.)

**Pembimbing Tunggal**

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

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

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Syah Rayhan Makki

NPM : 6131901229

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul :

### **USULAN PERBAIKAN DI KEDAI CIHAMPÉLAS 130 BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DI PUJASERA**

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, 16 Januari 2024



Syah Rayhan Makki

NPM : 6131901229

## **ABSTRAK**

Kedai Cihampelas 130 merupakan pujasera menawarkan makanan dan minuman yang bermacam-macam. Berdasarkan data penjualan mulai kuartal ketiga tahun 2019 sampai 2023 terus mengalami penurunan dan belum mencapai target yang sudah ditentukan oleh pemilik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, pemilik sudah melakukan beberapa upaya untuk menaikkan pendapatan, tetapi upaya tersebut tidak terlalu berdampak signifikan serta memakan biaya. Beberapa faktor yang memengaruhi minat beli pada pujasera sudah diidentifikasi berdasarkan pengembangan studi terdahulu, melakukan wawancara dengan konsumen kedai. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner serta data yang terkumpul sebanyak 108 responden dan data akan diuji dengan menggunakan metode PLS-SEM. Terdapat 2 evaluasi model pada PLS-SEM yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural. Berdasarkan hasil pengujian terdapat beberapa variabel yang memengaruhi minat beli pada Kedai Cihampelas 130 yaitu variabel kualitas layanan, lokasi, atmosfer, word of mouth dan brand image. Dilakukannya penentuan prioritas perbaikan dengan menggunakan Importance Performance Map Analysis (IPMA). Berdasarkan matrik pada IPMA terdapat variabel yang perlu diprioritaskan yaitu word of mouth, brand image, dan atmosfer. Didapatkan 6 usulan perbaikan berupa membuat papan nama yang berisi produk yang dijual, merapihkan dekorasi pada kedai, menambahkan beberapa dekorasi, membuat program refferal, menyediakan sarana untuk memberi saran serta tanggapan, dan mengaktifkan kembali media sosial instagram.

## ABSTRACT

*Kedai Cihampelas 130 is a food court offering a variety of food and drinks. Based on sales data from the third quarter of 2019 to 2023, it continues to decline and has not reached the target set by the owner. Based on the results of interviews with the owner, the owner has made several efforts to increase income, but these efforts have not had a significant impact and are costly. Several factors that influence purchasing interest at food courts have been identified based on the development of previous studies, conducting interviews with shop consumers. Data collection was carried out using a questionnaire and the data collected was 108 respondents and the data will be tested using the PLS-SEM method. There are 2 model evaluations in PLS-SEM, namely measurement model evaluation and structural model evaluation. Based on the test results, there are several variables that influence purchasing interest at Kedai Cihampelas 130, namely service quality, location, atmosphere, word of mouth and brand image. Improvement priorities are determined using Importance Performance Map Analysis (IPMA). Based on the IPMA matrix, there are variables that need to be prioritized, namely word of mouth, brand image and atmosphere. There were 6 suggestions for improvement in the form of making a signboard containing the products being sold, tidying up the decorations in the shop, adding some decorations, creating a referral program, providing facilities for giving suggestions and responses, and reactivating Instagram social media.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat yang diberikan NYA kepada penulis selama proses penyusunan skripsi yang berjudul “Usulan Perbaikan di Kedai Cihampelas 130 Berdasarkan Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen Di Pujasera” ini dapat terselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Teknik Industri UNPAR. Selama proses penelitian serta penyusunan skripsi ini, pastinya penulis mengalami berbagai macam kendala. Namun terdapat beberapa pihak yang selama ini mendukung, membantu, serta mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya serta tenaganya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Ir. Catharina Badra Nawangpalupi, S.T., M.Eng.Sc., MTD., Ph.D. dan Ibu Ir. Clara Theresia, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal yang telah memberikan masukan dan kritik kepada penulis
3. Orang tua serta adik penulis yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Serta teman penulis selama berada di UNPAR yang selalu menemani penulis selama 4 tahun ini

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat beberapa kekurangan karena terdapat keterbatasan pengalaman serta pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis berharap segala kritik maupun saran yang diberikan dapat menjadi evaluasi penulis untuk kedepannya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terimakasih.

Bandung, 16 Januari 2024

Penulis

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian .....	I-10
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-11
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-11
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-11
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Pujasera .....	II-1
II.2 Kualitas Jasa .....	II-1
II.3 Minat Beli.....	II-2
II.4 Model Minat Beli Konsumen .....	II-3
II.5 <i>Metode Sampling</i> .....	II-6
II.5.1 <i>Probability Sampling</i> .....	II-7
II.5.2 <i>Non-Probability Sampling</i> .....	II-8
II.6 <i>Structural Equation Modelling</i> .....	II-9
II.6.1 PLS-SEM.....	II-10
II.6.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	II-11
II.6.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	II-12
II.7 <i>Importance Performance Map Analysis (IPMA)</i> .....	II-14
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....	<b>III-1</b>
III.1 Pengembangan Model Penelitian .....	III-1
III.2 Operasionalisasi Variabel .....	III-5
III.3 Pengumpulan Data .....	III-10
III.3.1 Kuesioner .....	III-10

III.3.2	Uji Pendahuluan Kuesioner .....	III-11
III.3.3	Penyebaran Kuesioner .....	III-11
III.4	Profil Responden .....	III-12
III.5	Pengujian Model Penelitian .....	III-14
III.5.1	Evaluasi Model Pengukuran .....	III-16
III.5.2	Evaluasi Model Struktural .....	III-20
III.6	Faktor Penentu Minat Beli Kedai Cihampelas 130 .....	III-24
III.7	Importance Performance Map Analysis .....	III-26
III.8	Perbandingan Kinerja Pujasera .....	III-27
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN USULAN.....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1	Analisis Profil Responden .....	IV-1
IV.2	Analisis Model Pengukuran .....	IV-2
IV.3	Analisis Model Struktural .....	IV-4
IV.4	Analisis Pengujian Hipotesis.....	IV-5
IV.5	Analisis Prioritas Usulan Perbaikan .....	IV-6
IV.6	Usulan Perbaikan Untuk Meningkatkan Minat Beli.....	IV-7
IV.6.1	Usulan Perbaikan Variabel <i>Brand Image</i> .....	IV-7
IV.6.2	Usulan Perbaikan Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	IV-8
IV.6.3	Usulan Perbaikan Variabel Atmosfer .....	IV-10
IV.6.4	Usulan Perbaikan Variabel Lokasi .....	IV-16
IV.6.5	Usulan Terkait Variabel Kualitas Layanan .....	IV-18
IV.7	Evaluasi Usulan Perbaikan.....	IV-19
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>V-1</b>
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-1
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Penyebab Konsumen Tidak Berminat Membeli di Kedai Cihampelas 130.....	I-9
Tabel I. 2 Pertimbangan Responden ketika Berminat Melakukan Pembelian di Pujasera .....	I-10
Tabel II. 1 Pemilihan Metode SEM.....	II-10
Tabel II. 2 Rule of Thumb Outer Model .....	II-11
Tabel III. 1 Operasionalisasi Variabel.....	III-6
Tabel III. 2 Uji Pendahuluan Kuesioner .....	III-11
Tabel III. 3 Rekapitulasi Profil Responden .....	III-12
Tabel III. 4 Nilai Composite Reliability .....	III-16
Tabel III. 5 Nilai Outer Loading Awal. ....	III-17
Tabel III. 6 Nilai Outer Loading Setelah Penghapusan.....	III-18
Tabel III. 7 Perbandingan Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	III-19
Tabel III. 8 Nilai Fornell-Larcker .....	III-20
Tabel III. 9 Nilai VIF .....	III-21
Tabel III. 10 Nilai Path Coefficient .....	III-22
Tabel III. 11 Nilai Total Effect .....	III-23
Tabel III. 12 Nilai R-Square.....	III-23
Tabel III. 13 Perhitungan Rata-Rata Variabel.....	III-24
Tabel III. 14 Perbandingan Kinerja Pujasera.....	III-27
Tabel IV. 1 Usulan Perbaikan pada Variabel Brand Image.....	IV-8
Tabel IV. 2 Usulan Perbaikan pada Variabel Word of Mouth.....	IV-9
Tabel IV. 3 Usulan Perbaikan pada Variabel Atmosfer.....	IV-11
Tabel IV. 4 Usulan Perbaikan pada Faktor Lokasi .....	IV-16
Tabel IV. 5 Usulan Perbaikan pada Variabel Kualitas Layanan.....	IV-18
Tabel IV. 6 Rekapitulasi Usulan Perbaikan .....	IV-19

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Jumlah Rumah Makan di Kota Bandung .....	I-2
Gambar I. 2 Suasana Kedai Cihampelas 130.....	I-3
Gambar I. 3 Suasana Salah Satu Tempat Duduk Kedai .....	I-4
Gambar I. 4 Pendapatan Kedai Cihampelas 130 Tahun 2018-2023 .....	I-4
Gambar I. 5 Responden Mengetahui Kedai Cihampelas 130 .....	I-7
Gambar I. 6 Responden yang Berminat untuk Membeli di Kedai Cihampelas 130 .....	I-8
Gambar I. 7 Pujasera Pilihan Konsumen .....	I-9
Gambar I. 8 Metodologi Penelitian.....	I-12
Gambar II. 1 Model Penelitian Menurut Saputra et al. (2021) .....	II-4
Gambar II. 2 Model Penelitian Menurut Sugiarto dan Subagio (2018). .....	II-5
Gambar II. 3 Model Penelitian Menurut Wibowo dan SU (2021). .....	II-5
Gambar II. 4 Teknik Sampling .....	II-6
Gambar II. 5 Model PLS-SEM .....	II-14
Gambar II. 6 Importance Performance Matrix Analysis .....	II-15
Gambar III. 1 Model Penelitian .....	III-5
Gambar III. 2 Model Penelitian Awal dengan Aplikasi SmartPLS .....	III-15
Gambar III. 3 Matrik Importance Performance Map Analysis .....	III-26
Gambar IV. 1 Contoh sarana untuk melihat testimoni pelanggan .....	IV-10
Gambar IV. 2 Tampak Depan Kedai Saat Ini .....	IV-12
Gambar IV. 3 Contoh Sandwich Board yang Digunakan.....	IV-13
Gambar IV. 4 Bagian Dalam Kedai.....	IV-14
Gambar IV. 5 Contoh Ilustrasi untuk Bagian Atap Kedai.....	IV-14
Gambar IV. 6 Gambar Menu yang Ditulis di Kaca.....	IV-15
Gambar IV. 7 Contoh Plang Nama Kedai .....	IV-17

# DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai gambaran secara garis besar dari penelitian. Bagian pendahuluan ini dipecah menjadi beberapa bagian, diantaranya latar belakang permasalahan, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan. Berikut merupakan penjelasan dari setiap bagian yang ada pada pendahuluan

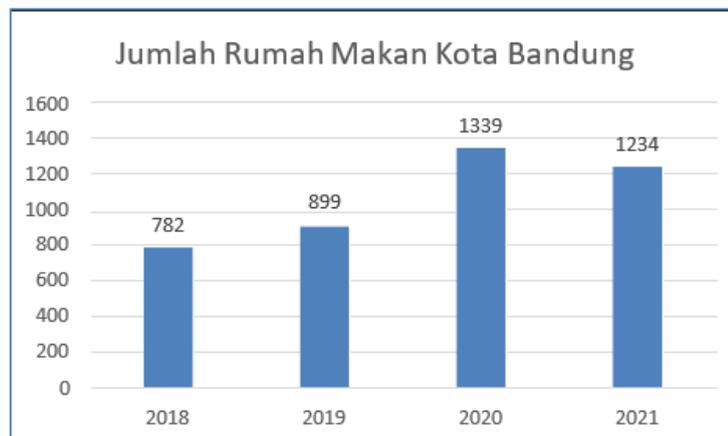
### I.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis Kuliner seperti usaha rumah makan seperti UMKM di Indonesia terus berkembang ke jalan yang lebih positif, semakin banyak peminat dari usaha rumah makan ini. Menurut tercatat sebagai sebagai salah satu negara dalam G20 yang memiliki pertumbuhan ekonomi tercepat, terutama pada sektor *food and beverage*. Hal tersebut disebabkan pertumbuhan bisnis di sektor ini didukung oleh semangat berwirausaha masyarakat. Menurut laporan Kementerian Perindustrian, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau diatas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Bahkan di tengah pandemi COVID-19, industri *food and beverage* mampu mencatat pertumbuhan positif di angka 2,95% pada kuartal II-2021. Selain itu, kontribusi industri F&B terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 6,66%.

Salah satu citra kuliner Bandung tercermin dar beragam olahan makanan yang disajikan oleh rumah-rumah makan Sunda. Rumah makan Sunda menghadirkan berbagai hidangan domestik atau rumah tangga yang biasa dikonsumsi masyarakat lokal. Seiring bertambahnya mobilitas masyarakat dan efisiensi pemenuhan kebutuhan makan di luar rumah, masyarakat mulai beralih pada rumah-rumah makan. Rumah makan Sunda menjadi pilihan karena dianggap dapat mengobati kerinduan pada hidangan tradisional dengan suasana otentik pedesaan Sunda. Warung-warung makan di Bandung mengadopsi konsep rumah makan sejak tahun 1980-an dan berkembang hingga sekarang. Perkembangan

rumah makan Sunda pada era modern ini diiringi dengan perkembangan rumah makan mancanegara di berbagai wilayah Bandung menurut Darwis (2021)

Berdasarkan kutipan dari data Badan Pusat Statistik terdapat 11.233 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia diantaranya berupa restoran atau rumah makan, katering, dan kategori lainnya. Jawa Barat menjadi kota memiliki usaha pada bidang kuliner yang menjadi paling banyak kedua di Indonesia. Saat ini sebagian besar usaha kuliner sudah dijalankan penjualan secara *online*, yaitu dengan layanan pemesanan dari pihak ketiga seperti *GoFood* atau *GrabFood*. Pada Gambar I.1 merupakan data jumlah rumah makan di Kota Bandung dari data tersebut dapat dilihat bahwa terjadinya peningkatan rumah makan pada setiap tahunnya hanya saja pada tahun 2021 terjadi penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, hal ini dikarenakan adanya pandemi COVID-19 yang melanda di seluruh dunia tidak hanya di Indonesia yang terkena imbasnya. Sehingga karena meningkatnya jumlah rumah makan di Kota Bandung setiap tahunnya menunjukkan bahwa industri makanan pada Kota Bandung ini sedang berkembang sehingga sangat berpeluang bagi masyarakat yang ingin membuka usaha pada bidang ini.



Gambar I. 1 Jumlah Rumah Makan di Kota Bandung

Sumber : <https://bandungkota.bps.go.id/backend/images/Rumah-Makan-Restoran-di-Kota-Bandung--2018-----2021-ind.png>

Objek pada penelitian kali ini adalah Kedai Cihampelas 130. Kedai Cihampelas 130 ini berdiri sejak tahun 2014. Kedai Cihampelas 130 ini merupakan rumah makan seperti *food court* atau pujasera yang menyediakan beragam macam makanan dan minuman seperti berbagai macam nasi, sayur-sayuran, kopi, teh, dan makanan serta minuman lainnya. Target pasar Kedai Cihampelas 130 ini

adalah mahasiswa dan pegawai swasta maupun negeri. Jam operasional Kedai Cihampelas 130 ini adalah dari pukul 09.00 sampai 22.00 WIB.

Kedai pujasera ini memiliki kapasitas tempat yang cukup luas, dengan berbagai macam pilihan makanan dan minuman di sekitarnya di dalam kedai tidak menggunakan *air conditioner* dikarenakan kedai memanfaatkan angin alami dari luar kedai, walaupun demikian suasana kedai pun tidak panas. Serta penerangan di dalam kedai pun cukup baik karena kedai sangat terbuka sehingga tidak mengalami masalah dalam penerangan pada saat siang maupun malam hari. Berikut merupakan Gambar I.2 suasana dari Kedai Cihampelas 130.



Gambar I. 2 Suasana Kedai Cihampelas 130

Kedai ini memiliki salah satu tempat duduk yang mengarah ke bagian luar sehingga dapat melihat kondisi Kota Bandung beserta rumah pemukiman warga yang dapat langsung terlihat dari tempat duduk ini. Hal ini merupakan salah satu yang menjadi daya tarik kedai yaitu dengan melihat pemandangan Kota Bandung dari kedai. Sedangkan kamar mandi dan tempat cuci tangan disediakan di ujung kedai seperti gambar dibawah. Lokasi tempat duduk ini sangat cocok jika ingin menikmati suasana pemandangan sambil mengerjakan tugas dan sebagainya karena pada lokasi ini disediakan colokan pada setiap sisi tempatnya sehingga cocok untuk bekerja dan bermain bersama. Berikut merupakan Gambar I.3 suasana pada salah satu tempat duduk kedai.



Gambar I. 3 Suasana Salah Satu Tempat Duduk Kedai

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik kedai, sejak usaha berdiri pada tahun 2014 sampai 2019 dapat dikatakan bahwa penjualan kedai stabil, karena selama 5 tahun berdiri Kedai Cihampelas 130 ini sudah cukup dikenal orang, namun pesaing berupa kedai atau rumah makan disekitar daerah Cihampelas sudah mulai banyak dan beragam. Berdasarkan dari wawancara yang dilakukan dengan pemilik, tidak tercapainya target penjualan yang sudah ditetapkan oleh pemilik ini dimulai sejak pertengahan tahun 2019. Berikut merupakan *trend* penjualan Kedai Cihampelas 130 perbulan dari tahun 2018,2019,2022, dan 2023.



Gambar I. 4 Pendapatan Kedai Cihampelas 130 Tahun 2018-2023

Dari gambar I.4 diatas dapat dilihat bahwa *trend* pendapatan kedai stabil dan selalu memenuhi bahkan melebihi target penjualan dari pemilik kedai. Namun

sejak pertengahan tahun 2019 didapatkan fenomena kedai tidak pernah mencapai target penjualan yang sudah ditetapkan. Dengan adanya fenomena ini pemilik berasumsi bahwa hal ini terjadi dikarenakan banyaknya kedai atau rumah makan baru yang berdiri di daerah sekitar Cihampelas, hal ini yang menjadikan salah satu penyebabnya. Sehingga pemilik usaha perlu segera melakukan upaya yang terbaik agar tidak terjadi penurunan pendapatan lebih lanjut yang mengakibatkan tidak tercapainya target penjualan ini tidak berlanjut untuk tahun-tahun berikutnya dan Kedai Cihampelas 130 ini dapat terus bersaing dan bertahan di Kota Bandung ini.

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

Langkah awal untuk mengidentifikasi penyebab penurunan penjualan pada Kedai Cihampelas 130 ini, dilakukannya wawancara dengan pemilik kedai. Kedai Cihampelas ini hanya memiliki 1 orang pemilik. Menurut wawancara yang dilakukan dengan pemilik kedai bahwa pemilik kedai berasumsi bahwa sudah banyak berdirinya rumah makan atau tempat makan yang ada di sekitar lokasi Cihampelas dari tahun ke tahunnya hal tersebut yang menjadi salah satu penyebab tidak tercapainya target penjualan yang ditetapkan. Target konsumen Kedai Cihampelas 130 ini adalah pelajar seperti mahasiswa, pegawai swasta maupun negeri, serta penduduk sekitar daerah Cihampelas. Oleh karena itu karena banyaknya tempat makan atau rumah makan yang baru berdiri memberikan dampak kepada Kedai Cihampelas 130 ini yang menyebabkan konsumen lebih memilih tempat lain atau rumah makan lain. Hal ini dapat dilihat pada pendapatan penjualan Kedai Cihampelas 130 ini mengalami penurunan penjualan semenjak bulan Juli 2019 sampai saat ini sehingga tidak tercapai target penjualan yang diberikan pemilik. Pemilik juga beranggapan bahwa dengan adanya tempat makan atau rumah makan baru yang berdiri disekitar lokasi Cihampelas ini lah yang memecah pelanggannya dengan semakin banyaknya pilihan tempat makan sekitar daerah Cihampelas sehingga hal ini berdampak pada konsumen yang sebelumnya sering mengunjungi Kedai Cihampelas 130 ini sebagian ada yang beralih ke tempat makan lain.

Rata-rata pengunjung kedai Cihampelas bisa dikatakan diatas ekspektasi pemilik namun semenjak tahun 2019 sampai tahun 2023 rata-rata pengunjung kedai berkurang setiap tahunnya. Selain itu pemilik juga berasumsi bahwa

terjadinya penurunan minat beli dari konsumen dikarenakan adanya perubahan selera dari konsumen sehingga konsumen ingin mencoba suasana atau selera yang baru. Karena kedai Cihampelas 130 ini merupakan rumah makan yang tradisional dan pesaing disekitar jalan Cihampelas ini menjual makanan dan minuman yang cukup kekinian sehingga konsumen lebih mengikuti *trend* makanan dan minuman saat ini pun juga menjadi salah satu yang mempengaruhi penurunan penjualannya.

Pemilik kedai juga mengatakan bahwa adanya penurunan penjualan ini juga diperparah dengan adanya pandemi yang melanda, karena selama pandemi kedai mengalami penurunan jumlah konsumen dan penjualan karena sebagian besar konsumen kedai ini merupakan pelajar atau mahasiswa, pegawai negeri maupun swasta, dan masyarakat sekitar Cihampelas. Sudah berbagai macam upaya dilakukan oleh pemilik selama pandemi melanda ini seperti membuat protokol-protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah, sehingga tempat kedai pun aman dari penyebaran virus selama pandemi ini. Sehingga makanan serta tempat pun menjadi higienis dan bersih karena kebersihan merupakan hal yang paling diutamakan dimasa pandemi ini bagi konsumen.

Kedai Cihampelas 130 ini memiliki pendapatan utama mayoritas dari keuntungan dari penjualan kedai, Kedai Cihampelas 130 ini memiliki beberapa keunikan seperti memiliki kuliner yang disajikan merupakan kuliner atau makanan serta minuman khas Kota Bandung seperti batagor, mie kocok, cuanki, dan sebagainya. Kedai ini juga memiliki tempat yang nyaman sehingga memberikan suasana yang nyaman bagi pengunjung kedai melihat pada kedai terdapat area yang memiliki *view* langsung dengan Kota Bandung. Kedai belum menawarkan rencana pemasaran seperti aktif di media sosial untuk mempromosikan menu maupun seperti ulasan positif pelanggan. Untuk sistem pengelolaan kedai atau pujasera ini memiliki sistem pembayaran yang terpusat hal ini dilakukan untuk memudahkan pelanggan dan dapat mengawasi penjualan, kedai juga berusaha untuk menjaga kebersihan serta keamanan untuk memberikan kesan positif bagi pelanggan yang berkunjung.

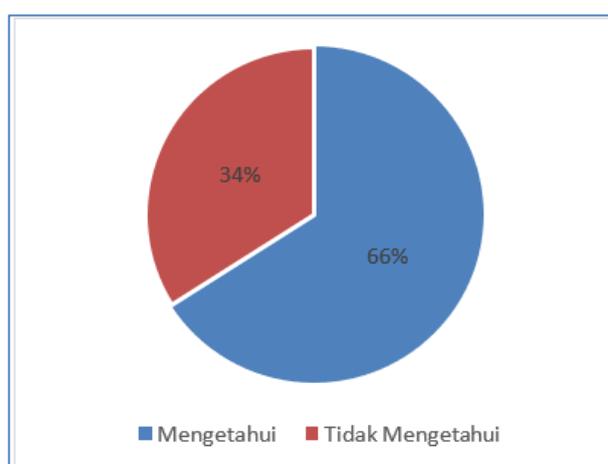
Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pemilik Kedai Cihampelas 130, mengatakan bahwa rata-rata pengunjung Kedai Cihampelas 130 ini sebelum pandemi adalah kurang lebih 150 orang perharinya. Namun setelah pandemi jumlah pengunjung menurun menjadi 60 orang perharinya sehingga

penurunan yang terjadi dapat dikatakan terjadi penurunan yang cukup besar pada Kedai Cihampelas 130 ini.

Menurut Shahnaz dan Wahyono (2016), minat beli adalah suatu perilaku konsumen ketika memiliki sebuah keinginan untuk memilih atau mengkonsumsi suatu produk. Minat beli timbul jika seseorang konsumen sudah berpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk atau informasi suatu produk. Pemilik juga berupaya untuk mengenalkan usahanya kepada konsumen baru.

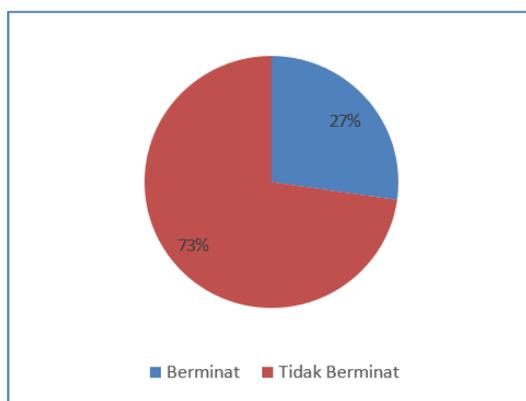
Pemilik sudah melakukan beberapa upaya untuk dapat meningkatkan kembali penjualan seperti mengadakan *live music* setiap malam minggu. Selain itu pemilik juga melakukan *update* seputar Kedai Cihampelas 130, namun media sosial instagram tersebut tidak rutin diperbaharui oleh pemilik semenjak 2018. Pemilik juga menyediakan fasilitas berupa pembayaran yang dapat dilakukan secara *digital* yaitu QRIS, hal ini dapat meningkatkan kenyamanan konsumen ketika membayar agar lebih cepat dan mudah dengan harapan dapat meningkatkan penjualan pada Kedai Cihampelas 130 ini.

Selain dilakukannya wawancara dengan pemilik kedai, selanjutnya dilakukan pula wawancara terhadap konsumen yang merupakan target pasar dari Kedai Cihampelas 130 ini yaitu pelajar, mahasiswa, dan masyarakat sekitar Cihampelas. Adanya wawancara ini dilakukan untuk mengetahui penyebab terjadinya penurunan penjualan sehingga tidak terpenuhinya target penjualan kedai dari sudut pandang konsumen. Wawancara dilakukan terhadap 50 responden yang akan disajikan dalam rekapitulasi dibawah ini.



Gambar 1. 5 Responden Mengetahui Kedai Cihampelas 130

Menurut Gambar I.5 diatas terlihat bahwa dari 50 responden terdapat 33 responden atau sebesar 66 % responden yang mengetahui Kedai Cihampelas 130 ini dan sebanyak 17 orang responden atau sebesar 34 % rresponden tidak mengetahui Kedai Cihampelas 130 ini. Setelah itu dilakukannya pertanyaan lanjutan kepada 33 responden yang mengetahui adanya Kedai Cihampelas 130 ini dan berminat untuk melakukan pembelian di Kedai Cihampelas 130 ini.



Gambar I. 6 Responden yang Berminat untuk Membeli di Kedai Cihampelas 130

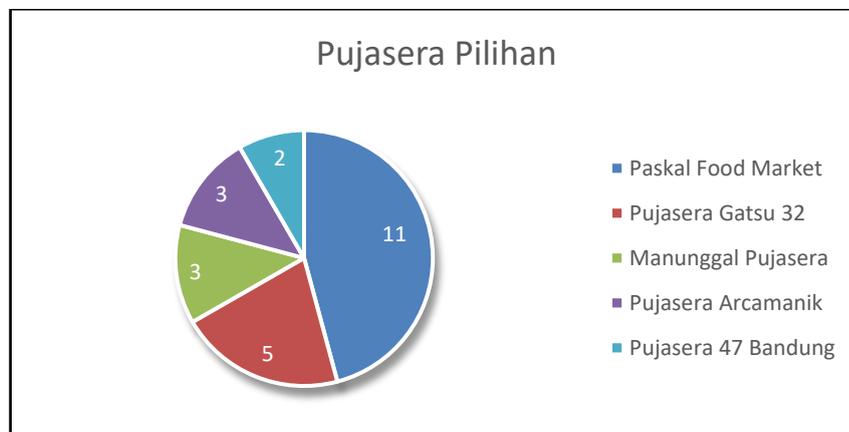
Pada Gambar I. 6 diatas dapat dilihat bahwa dari 33 responden yang mengetahui adanya Kedai Cihampelas ini menjawab bahwa 9 orang atau 27 % berminat untuk melakukan pembelian di Kedai Cihampelas 130 dan sisanya sebanyak 24 orang responden atau 73 % tidak berminat untuk melakukan pembelian di Kedai Cihampelas 130 meskipun mereka mengetahui kedai tersebut. Selanjutnya untuk mengetahui hal apa yang membuat konsumen belum berminat mengunjungi kedai dan yang membuat konsumen berminat mengunjungi kedai. Dilakukannya wawancara kepada responden yang mengetahui namun tidak berminat melakukan pembelian di kedai. Menurut para responden yang membuat mereka berminat untuk melakukan pembelian pada kedai ini yaitu bahwa kedai ini memiliki tempat pemandangan yang bagus sehingga para responden berminat melakukan pembelian di kedai ini.

Untuk mengetahui penyebab apa yang belum menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian di Kedai Cihampelas 130 ini dilakukannya wawancara lanjutan terhadap 24 orang responden yang tidak berminat untuk melakukan pembelian. Berikut merupakan rekapitulasi hasil wawancara yang dapat dilihat pada Tabel I.1 berikut.

Tabel I. 1 Penyebab Konsumen Tidak Berminat Membeli di Kedai Cihampelas 130

Penyebab	Frekuensi
Mendapatkan ulasan yang kurang baik	9
Tidak memiliki hal unik yang membedakan dengan pujasera lain	6
Harga yang ditawarkan cukup mahal	3
Lokasi susah ditemukan	2
Tempat kurang nyaman	2
Tidak ada lahan parkir	2

Berdasarkan tabel I.1 diatas dapat dilihat bahwa alasan responden tidak berminat untuk membeli di Kedai Cihampelas 130 yaitu dikarenakan kedai mendapatkan ulasan yang kurang baik, kedai tidak memiliki hal unik yang membedakan dengan pujasera lain, hal ini diketahui karena konsumen ingin memiliki hal yang berbeda dari sebuah pujasera sehingga hal tersebut yang menjadi salah satu alasan konsumen, dilanjutkan dengan harga yang cukup tinggi, tempat yang kurang nyaman, dan tidak memiliki lahan parkir. Selanjutnya dilakukan pertanyaan lanjutan mengenai pujasera lain yang biasanya dikunjungi rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar I. 7 Pujasera Pilihan Konsumen

Berdasarkan Gambar I.7 diatas dapat dilihat bahwa terdapat pujasera pilihan konsumen. Dari 24 responden 11 orang menjawab Paskal Food Market, 5 responden menjawab Pujasera Gatsu 32, 3 responden menjawab Manunggal pujasera dan Pujasera Arcamanik, dan 2 responden menjawab Pujasera 47 Bandung. Setelah mengetahui pujasera pilihan konsumen berikutnya diberikan pertanyaan lanjutan mengenai hal apa yang membuat konsumen berminat untuk membeli di pujasera tersebut. Berikut merupakan rekapitulasi jawaban konsumen.

Tabel I. 2 Pertimbangan Responden ketika Berminat Melakukan Pembelian di Pujasera

Faktor	Frekuensi
Sudah terkenal	21
Ulasan atau review	16
Kenyamanan, Kebersihan, dan Suasana Tempat	11
Makanan atau minuman yang enak	9
Harga	8
Pelayanan	6
Lokasi	4

Berdasarkan Tabel diatas mayoritas responden menjawab bahwa hal yang menjadi pertimbangan konsumen mengapa memilih pujasera tersebut yaitu dikarenakan pujasera tersebut sudah dikenal atau diketahui oleh masyarakat dan mendapatkan ulasan atau *review* dari konsumen yang sudah mengunjungi pujasera tersebut. Kedua hal ini yang menjadi prioritas konsumen berminat untuk membeli di pujasera.

Menurut Saleh dan Mariah (2020), terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada sebuah restoran atau rumah makan yaitu harga, produk, pelayanan, kualitas layanan, *review* tempat makan atau restoran tersebut, suasana suasana restoran, dan lokasi restoran. Berdasarkan uraian masalah diatas, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli di rumah makan atau kedai makanan. Sehingga untuk dapat merumuskan upaya perbaikan yang akan dilakukan pada Kedai Cihampelas 130 ini, dengan melihat atau mengidentifikasi faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat beli pada konsumen Kedai Cihampelas 130 ini. Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah disebutkan, akan disusunnya rumusan masalah pada penelitian ini yang dapat dilihat sebagai berikut.

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di pujasera?
2. Bagaimana saja usulan perbaikan yang dapat diberikan kepada Kedai Cihampelas 130?

### I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada Penelitian ini terdapat batasan dan asumsi untuk membantu penelitian. Adanya batasan masalah ini dilakukan agar penelitian bisa terfokus pada permasalahan yang ada. Berikut merupakan batasan masalah dan asumsi penelitian yang digunakan pada penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Kota Bandung dengan responden yang

pernah membeli atau ingin mengunjungi pujasera atau Food Court di Kota Bandung.

2. Penelitian hanya dilakukan sampai tahap usulan dan saran tidak sampai tahap pengujian.

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

Pada Penelitian ini didapatkan beberapa tujuan yang ingin dicapai dan akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada Pujasera.
2. Mengetahui dan dapat memberikan usulan perbaikan untuk Kedai Cihampelas 130.

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

Penelitian ini dilakukan untuk dapat memberikan manfaat bagi pemilik masalah, pembaca, dan peneliti. Berikut merupakan manfaat penelitian yang akan dijelaskan berikut ini.

1. Pemilik Kedai Cihampelas 130 dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.
2. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang serupa.

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

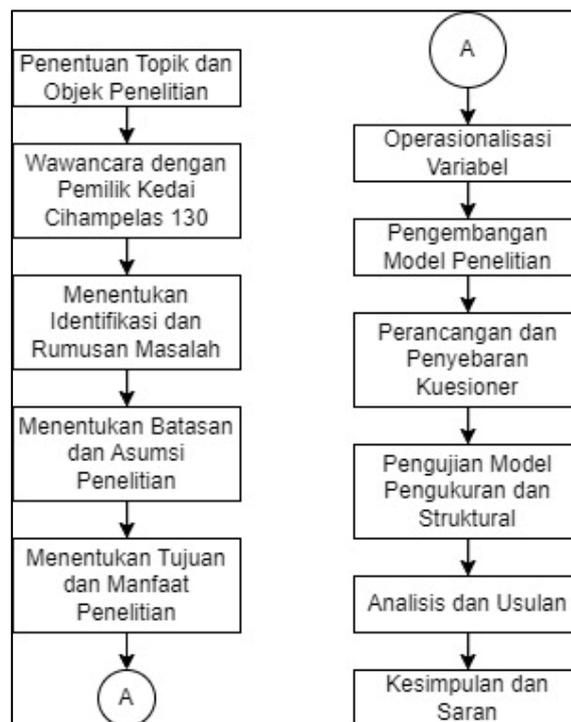
Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai metodologi penelitian yang akan dilakukan. Berikut terdapat diagram metodologi penelitian yang akan dilampirkan dalam bentuk *flowchart* yang dapat dilihat pada gambar I.1 dibawah ini.

1. Penentuan Topik dan Objek Penelitian  
Pada tahap awal yang dilakukan adalah menentukan topik yang akan digunakan pada penelitian ini. Setelah itu menentukan objek dari penelitian yang akan dilakukan sesuai dengan topik yang telah ditentukan dan masalah yang ada.
2. Wawancara dengan Pemilik Kedai Cihampelas 130  
Pada tahap ini melakukan wawancara dengan pemilik kedai untuk

mengetahui fenome-fenomena apa yang terjadi di Kedai Cihampelas 130 menurut pemilik

### 3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Setelah melakukan wawancara dengan pemilik, selanjutnya akan dilakukan penelusuran lebih lanjut tentang permasalahan yang terjadi dengan melakukan identifikasi masalah. Ketika melakukan identifikasi masalah, hal yang pertama dilakukan adalah melakukan wawancara dengan pemilik usaha dari objek yang sudah ditentukan, selanjutnya dilakukan juga wawancara terhadap target pasar dari usaha yang dipilih agar dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi secara lebih lanjut. Setelah dilakukannya identifikasi masalah tahap selanjutnya adalah membuat rumusan masalah tentang permasalahan yang terjadi.



Gambar I. 8 Metodologi Penelitian

### 4. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian

Adanya penentuan batasan dan asumsi dari penelitian ini ditujukan supaya penelitian lebih terfokus pada permasalahan yang ada, dan dengan adanya batasan maka akan membatasi lingkup penelitian agar tidak terlalu luas.

5. Tujuan dan Manfaat Penelitian  
Pada tahap ini akan dijabarkan mengenai tujuan dari penelitian untuk mencapai target yang ingin dicapai selama melakukan penelitian, dan dengan harapan penelitian ini untuk penelitian selanjutnya.
6. Studi Literatur  
Pada tahap ini dilakukan studi literatur untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai topik yang akan diteliti. Dilakukannya juga pencarian referensi-referensi baik jurnal maupun buku dan sebagainya yang dapat dipertanggung jawabkan.
7. Operasionalisasi Variabel  
Dilakukan Operasionalisasi variabel yang berisikan variabel-variabel apa yang dipakai pada penelitian ini serta sumber literatur dan butir pengukurannya.
8. Pengembangan Model Penelitian  
Pada tahap ini akan membahas tentang model penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Berdasarkan proses wawancara dengan pemilik, target pasar, dan studi literatur terdahulu. Pada bagian ini akan dilakukan pengembangan hipotesis dan terdapat variabel yang diduga memengaruhi minat beli konsumen di Kedai Cihampelas 130 yaitu harga, kualitas produk, lokasi, atmosfer, kualitas layanan, *word of mouth*, dan *brand image*.
9. Perancangan dan Penyebaran Kuesioner  
Pada tahap ini dilakukan Perancangan dan penyebaran kuesioner dan disebarkan kepada responden. Perancangan kuesioner ini berisikan variabel yang telah ditentukan sebelumnya.
10. Pengujian Model Pengukuran dan Struktural  
Pada tahap ini dilakukan evaluasi model struktural dan pengukuran, yaitu pada tahap ini dilakukan dengan evaluasi model pengukuran dengan menguji reliabilitas, validitas. Kemudian dilakukan evaluasi pengujian struktural seperti uji kolinearitas dan *path coefficient* sehingga dapat diketahui hubungan antara variabel sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan.
11. Analisis dan Usulan  
Pada tahap ini akan dilakukannya analisis hasil dari pengolahan data yang

telah dilakukan dengan metode yang sudah ditentukan. Usulan yang diberikan tidak sampai tahap implementasi dan berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan.

12. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan diberikan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan serta menjawab rumusan masalah yang sudah dibuat sebelumnya, saran diberikan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik dari penelitian saat ini.

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

Tujuan adanya sistematika penulisan ini adalah untuk menggambarkan penelitian secara sistematis agar pembaca akan lebih mudah dalam memahami isi penelitian yang telah dilakukan. Pada sistematika penulisan terdapat beberapa bab yang akan dilihat sebagai berikut.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, dibahas mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, identifikasi dan perumusan masalah yang terjadi di Kedai Cihampelas 130, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penyusunan laporan

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan mengenai berbagai teori yang berhubungan dalam penelitian, yaitu minat beli konsumen, teknik pengambilan sampling, jumlah sampel, *Structural Equation Modelling* (SEM), serta model penelitian terdahulu yang menjadi acuan pada penelitian ini.

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

Pada bab ini, akan menjelaskan terkait pengembangan model penelitian yang digunakan berdasarkan literatur terdahulu, pengumpulan dan pengolahan data, yaitu dengan melakukan membuat model penelitian, dilanjutkan dengan operasionalisasi variabel, pengumpulan data, dilanjutkan dengan pengolahan data, dan tahap terakhir melakukan pengujian model penelitian

#### **BAB IV ANALISIS**

Pada bab ini, akan dibahas mengenai analisis hasil dari pengolahan data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya serta usulan yang akan diberikan. Analisis dilakukan untuk mengetahui hasil dari hipotesis yang telah dibuat. Setelah itu melakukan usulan perbaikan untuk meningkatkan minat beli konsumen dengan melibatkan secara langsung pihak Kedai Cihampelas 130

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini dipaparkan kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian. Kesimpulan ini juga sekaligus menjawab rumusan masalah yang dibuat. Sementara itu saran diberikan agar dapat berguna bagi pihak Kedai Cihampelas 130, pembaca, maupun penelitian selanjutnya