

USULAN PERBAIKAN BAGI RESTORAN X BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI ULANG PELANGGAN

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Martin Julian Sugianto

NPM 6132001005



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

USULAN PERBAIKAN BAGI RESTORAN X BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI ULANG PELANGGAN

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Martin Julian Sugianto

NPM : 6132001005



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**

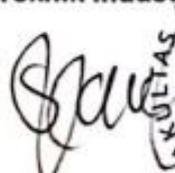


Nama : Martin Julian Sugianto
NPM : 6132001005
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN BAGI RESTORAN X BERDASARKAN
FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI ULANG
PELANGGAN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Februari 2024

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**




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

Pembimbing Tunggal



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



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Martin Julian Sugianto

NPM : 6132001005

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“USULAN PERBAIKAN BAGI RESTORAN X BERDASARKAN FAKTOR –
FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI ULANG PELANGGAN”**

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, Desember 2023

Martin Julian Sugianto

NPM : 6132001005

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman telah berperan dalam memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia. Menurut Menteri Perindustrian dan Badan Pusat Statistik, industri atau usaha makanan dan minuman telah menyumbang sebesar 1,2 kuadriliun atau 6,32% dari total pendapatan ekonomi Indonesia pada tahun 2022. Terdapat banyak usaha makanan yang tersebar di Indonesia, salah satunya adalah Restoran X. Restoran X merupakan tempat makan yang terletak di Bogor Selatan dan menjual aneka ragam mie. Permasalahan yang ditemukan adalah terdapat penurunan pendapatan pada Restoran X yang terhitung sejak tahun 2020 hingga 2023. Hal ini tentunya menjadikan kesulitan bagi Restoran X dikarenakan penurunan pendapatan menyebabkan kesulitan pencapaian target setiap bulannya. Dalam penelitian terdapat lima buah variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, kualitas makanan, atmosfer atau suasana, harga, dan lokasi. Selain itu terdapat sebuah variabel *mediating* berupa kepuasan pelanggan dan variabel dependen berupa niat beli ulang. Terdapat enam buah hipotesis yang diuji dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan teknik *sampling* berupa *convenience sampling*, diperoleh sebanyak 126 data untuk proses pengolahan data. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Model*), kemudian dilakukan penentuan prioritas variabel dengan menggunakan IPMA (*Importance Performance Map Analysis*). Penelitian berhasil menghasilkan sembilan rancangan usulan perbaikan yang telah diterima oleh pemilik Restoran X, yaitu penggunaan *hanging heat lamp*, penggunaan alat ukur untuk porsi, penggunaan wadah tertutup untuk penyimpanan sayur, penetapan tata penyajian mie, ketentuan penggantian air rebusan, pelatihan pekerja, promosi berupa *bundling*, dan program loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The food and beverage industry has played a role in contributing to Indonesia's national economic growth. According to the Minister of Industry and the Central Statistics Agency, the food and beverage industry or business has contributed 1,2 quadrillion or 6,32% of Indonesia's total economic income in 2022. There are many food businesses spread across Indonesia, one of which is Restaurant X. Restaurant X is a restaurant located in South Bogor and sells various kinds of noodles. The problem found was that there was a decrease in revenue at Restaurant X which was calculated from 2020 to 2023. This of course creates difficulties for Restaurant X because the decrease in income causes difficulties in achieving targets every month. In the research there are five independent variables, namely service quality, food quality, atmosphere, price, and location. Apart from that, there is a mediating variable in the form of customer satisfaction and a dependent variable in the form of repurchase intention. There are six hypotheses tested in the research. Data collection was carried out using a questionnaire with a sampling technique in the form of convenience sampling, 126 data were obtained for the data processing process. Data processing was carried out using the PLS-SEM (Partial Least Square-Structural Equation Model) method, then priority variables were determined using IPMA (Importance Performance Map Analysis). The research succeeded in producing nine proposed improvement plans which have been accepted by the owner of Restaurant X which are the use of hanging heat lamps, the use of measuring instruments for portions, the use of closed containers for storing vegetables, determining the serving order for noodles, provisions for replacing boiled water, worker training, promotions in the form of bundling, and customer loyalty programs.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaan-Nya selama proses penelitian skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Usulan Perbaikan Bagi Restoran X Berdasarkan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Beli Ulang Pelanggan” dengan baik dan tepat waktu. Selama proses penelitian skripsi dan pembuatan laporan tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari beberapa pihak yang telah membantu penulis. Maka dari itu, penulis hendak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak sebagai berikut:

1. Orang tua dan kakak dari penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan agar penulis selalu semangat dalam pengerjaan skripsi.
2. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, membantu, dan memberikan bimbingan serta arahan selama proses pengerjaan skripsi.
3. Bapak Ignatius A. Sandy, S.Si., M.T. dan Ibu Ir. Cherish Rikardo, S.Si., M.T. selaku dosen penguji proposal skripsi yang telah memberikan masukan dalam pembuatan proposal skripsi penulis.
4. Bapak Dr. Daniel Siswanto, S.T., M.T. dan Ibu Ir. Cherish Rikardo, S.Si., M.T. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan masukan terhadap hasil pengerjaan skripsi penulis.
5. Pihak Restoran X yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menjadikan Restoran X sebagai objek penelitian dan meluangkan waktu dalam membantu beberapa kebutuhan yang diperlukan selama proses penelitian.
6. Seluruh narasumber dan responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk memberikan jawaban atas pertanyaan penulis.
7. Regina, Cheri, Dustin, Vincendias, dan Clara selaku sahabat terdekat penulis sejak semester pertama yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis selama proses penelitian skripsi.

8. GelapTerang, HAH, Capybara, TATI Stumble, dan Txc Positivity selaku teman terdekat penulis yang telah memberikan semangat, dukungan, serta penghiburan sejak awal penulis memulai penelitian hingga dapat menyelesaikannya dengan tepat waktu.
9. Regina, Vincendias, dan Alana selaku teman seperbimbingan selama proses penelitian skripsi yang telah bersedia memberikan dukungan, bantuan, dan arahan untuk peneliti.
10. Ci Chaterine Nathallia yang selalu mendukung dan dengan sabar menjawab seluruh pertanyaan penulis terkait dengan proses penelitian skripsi dan administrasinya.
11. Teman – teman Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan angkatan 2020 kelas A yang telah membantu dan menjadi teman baik selama perkuliahan.
12. Seluruh teman, sahabat, dan pihak lainnya yang telah membantu dan memberikan semangat selama proses pengerjaan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan dalam proses penelitian dan penyusunan laporan ini sehingga penulis mengharapkan saran yang dapat membangun dan memperbaiki penelitian di kemudian hari. Penulis berharap bahwa penelitian dan laporan ini dapat berguna untuk pihak Restoran X dan pembaca. Akhir kata, penulis mengucapkan mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penelitian ini.

Bandung, Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-6
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-13
I.4 Tujuan Penelitian	I-13
I.5 Manfaat Penelitian	I-14
I.6 Metodologi Penelitian	I-14
I.7 Sistematika Penulisan	I-18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Restoran.....	II-1
II.2 Perilaku Konsumen.....	II-2
II.3 Niat Beli Ulang	II-4
II.4 Teknik Pengumpulan Data	II-5
II.5 Skala Pengukuran.....	II-6
II.6 Teknik <i>Sampling</i>	II-8
II.7 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	II-10
II.8 <i>Partial Least Squares</i> SEM (PLS-SEM).....	II-10
II.9 <i>Importance Performance Map Analysis</i> (IPMA).....	II-15
II.10 Penelitian Terdahulu Terkait Niat Beli Ulang	II-16
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian	III-1
III.2 Pendefinisian Operasional Variabel	III-5
III.3 Perancangan Kuesioner	III-8
III.3.1 Pembuatan Kuesioner dan Penentuan Skala	III-9

III.3.2	Uji Pendahuluan Kuesioner	III-9
III.4	Pengumpulan Data	III-11
III.4.1	Populasi, <i>Teknik Sampling</i> , dan Ukuran Sampel	III-11
III.4.2	Penyebaran Kuesioner	III-12
III.4.3	Penyeleksian Data Hasil Kuesioner.....	III-12
III.5	Pengolahan Data	III-13
III.5.1	Pengolahan Profil Responden	III-14
III.5.2	Pengujian Model Pengukuran.....	III-17
III.5.3	Pengujian Model Struktural.....	III-25
III.5.4	Penentuan Prioritas Usulan Perbaikan.....	III-28
BAB IV ANALISIS.....		IV-1
IV.1	Analisis Profil Responden	IV-1
IV.2	Analisis Pengujian Model Pengukuran dan Struktural	IV-3
IV.3	Analisis Penentuan Prioritas Usulan Perbaikan	IV-8
IV.4	Rancangan Usulan Perbaikan	IV-9
IV.4.1	Rancangan Usulan Perbaikan Kualitas Makanan	IV-10
IV.4.2	Rancangan Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan.....	IV-15
IV.4.3	Rancangan Usulan Perbaikan Harga	IV-16
IV.5	Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-19
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Faktor yang Memengaruhi Beli Ulang ke Restoran X.....	I-9
Tabel I.2 Faktor yang Memengaruhi Tidak Beli Ulang ke Restoran X.....	I-10
Tabel I.3 Preferensi Tempat Makan Mie di Kota Bogor	I-10
Tabel II.1 Pengukuran Reflektif dan Formatif	II-12
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel	III-6
Tabel III.2 Hasil Uji Pendahuluan Rancangan Kuesioner	III-10
Tabel III.3 Profil Responden	III-14
Tabel III.4 <i>Internal Consistency Reliability</i> Awal.....	III-18
Tabel III.5 <i>Indicator Reliability</i> Awal.....	III-19
Tabel III.6 Perbandingan Nilai <i>Internal Consistency Reliability</i> dan AVE	III-20
Tabel III.7 <i>Internal Consistency Reliability</i> Setelah Penghapusan Indikator ...	III-21
Tabel III.8 <i>Indicator Reliability</i> Setelah Penghapusan Indikator	III-22
Tabel III.9 <i>Convergent Validity</i> Setelah Penghapusan Indikator	III-23
Tabel III.10 <i>Discriminant Validity Cross-Loading</i> Setelah Penghapusan	III-23
Tabel III.11 <i>Discriminant Validity Fornell Larcker</i> Setelah Penghapusan.....	III-24
Tabel III.12 <i>Collinearity Assessment</i>	III-25
Tabel III.13 <i>Structural Model Path Coefficients</i>	III-26
Tabel III.14 <i>Total Effect</i>	III-27
Tabel III.15 <i>Coefficient of Determination</i>	III-27
Tabel III.16 Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i>	III-28
Tabel III.17 Nilai Rata-Rata Konstruk dan Indikator	III-29
Tabel IV.1 Rekapitulasi dan Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-19

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kontribusi Industri Non Migas Tahun 2022	I-1
Gambar I.2 Jumlah Usaha Makanan di Kota Bogor.....	I-2
Gambar I.3 Perbandingan Pendapatan dan Target Restoran X.....	I-4
Gambar I.4 Persentase Keinginan Beli Ulang Pelanggan	I-8
Gambar I.5 Metodologi Penelitian	I-15
Gambar II.1 <i>Path Model</i> PLS-SEM.....	II-11
Gambar II.2 Pengukuran Reflektif dan Formatif.....	II-12
Gambar II.3 Contoh IPMA.....	II-16
Gambar II.4 Model Penelitian Mannan, Chowdhury, Sarker, dan Amir (2019)	II-17
Gambar II.5 Model Penelitian Mulyana (2019).....	II-19
Gambar II.6 Model Penelitian Amanah dan Fahimah (2021).....	II-20
Gambar II.7 Model Penelitian Dewiasih dan Nainggolan (2022)	II-21
Gambar III.1 Model Penelitian	III-5
Gambar III.2 <i>Path Model</i> Awal.....	III-17
Gambar III.3 <i>Path Model</i> Setelah Penghapusan Indikator.....	III-21
Gambar III.4 Matriks IPMA.....	III-29
Gambar IV.1 <i>Hanging Heat Lamp</i>	IV-11
Gambar IV.2 Timbangan Digital dan Sendok Takar <i>Topping</i>	IV-12
Gambar IV.3 Tempat Penyimpanan <i>Topping</i> Sayur	IV-13
Gambar IV.4 Sendok Takar Bumbu	IV-14
Gambar IV.5 Desain Kartu Loyalitas Pelanggan.....	IV-18

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIANA-1

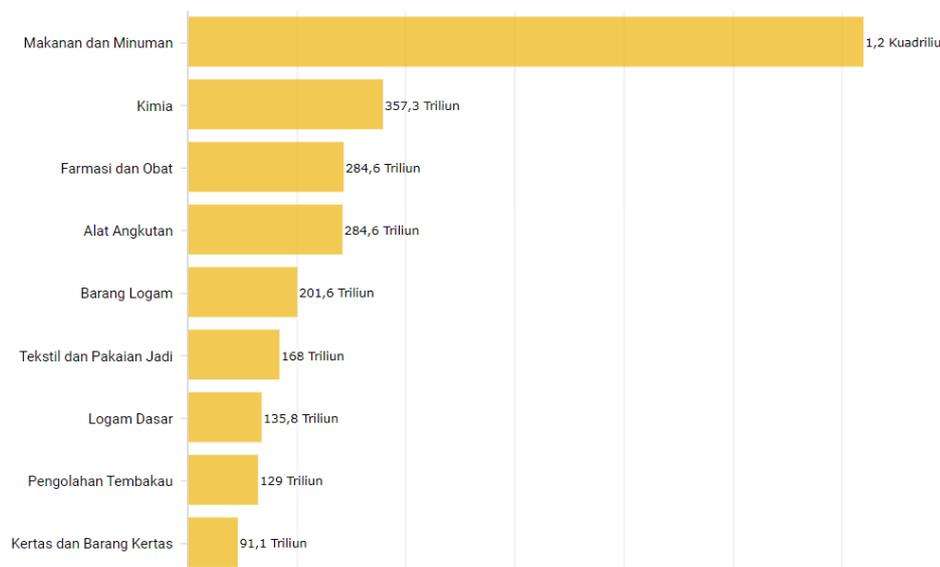
BAB I

PENDAHULUAN

Bab I merupakan bab yang memaparkan terkait dengan pendahuluan dari dilakukannya penelitian. Dalam bagian ini akan mencakup tujuh buah sub bab, yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, batasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan. Berikut merupakan penjabaran dari bab pendahuluan.

I.1 Latar Belakang Masalah

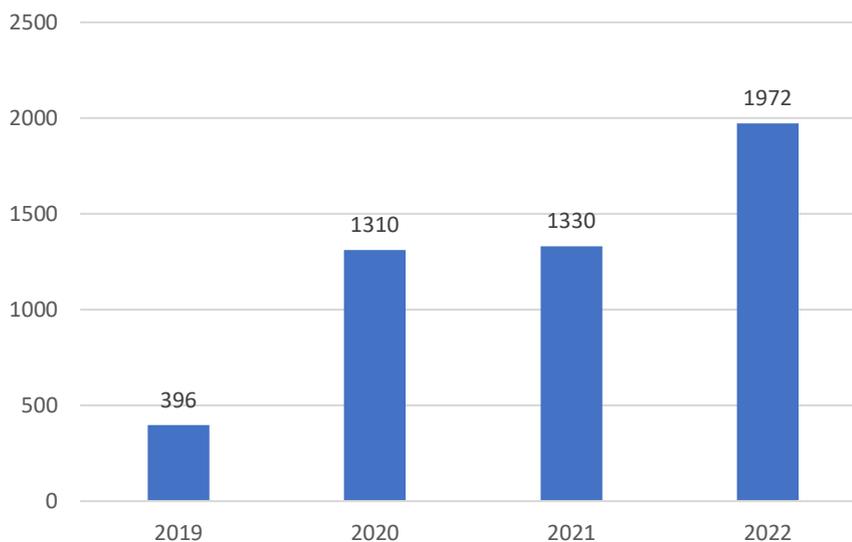
Industri merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mengandung proses pengolahan dari bahan mentah atau bahan baku, barang setengah jadi, ataupun barang jadi agar kiranya dapat menjadi barang yang bernilai tinggi (Kartasapoetra, 1987). Menurut Menteri Perindustrian, Agus Gumiwang, industri pengolahan non migas memberikan kontribusi perekonomian terbesar pada triwulan-III tahun 2022. Industri non migas sendiri terdiri dari lima belas sektor yang salah satunya merupakan industri makanan dan minuman, diketahui bahwa industri makanan dan minuman sendiri telah memberikan peranan yang besar dalam industri pengolahan non migas.



Gambar I.1 Kontribusi Industri Non Migas Tahun 2022
(sumber : Kusnandar, 2023)

Gambar I.1 menunjukkan kontribusi industri non migas pada tahun 2022 menurut Badan Pusat Statistik. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa industri makanan dan minuman memiliki peringkat pertama diantara kontribusi industri non migas dan telah menyumbang sebesar 1,2 kuadriliun atau setara dengan 6,32% dari total pendapatan ekonomi nasional Indonesia pada tahun 2022 (Kusnandar, 2023). Hal ini tentunya membuktikan bahwa industri makanan dan minuman telah berperan dalam memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional di Indonesia.

Menurut Badan Pusat Statistik, daerah Jawa Barat memegang urutan kedua sebagai provinsi dengan industri atau usaha kuliner terbanyak di Indonesia (Angelia, 2022). Pada provinsi Jawa Barat sendiri terdapat 27 kabupaten atau kota, dimana salah satunya adalah Kota Bogor. Menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Kota Bogor sendiri menempati urutan ketiga sebagai daerah yang memiliki industri atau usaha kuliner terbanyak di Jawa Barat (Open Data Jabar, 2022). Kota Bogor merupakan salah satu kota yang dikenal dengan banyaknya destinasi usaha kuliner yang menarik. Usaha kuliner terus berkembang di Kota Bogor, nyatanya sejak transisi dari tahun 2021 ke tahun 2022 terdapat peningkatan sebesar 642 jumlah usaha makanan baru yang terdapat di Kota Bogor menurut data yang tercatat pada Badan Pusat Statistik.



Gambar I.2 Jumlah Usaha Makanan di Kota Bogor
(sumber : <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>)

Usaha makanan di Kota Bogor selalu berkembang, yang mulanya pada tahun 2019 hanya tercatat sebanyak 396, kemudian hingga puncak terbanyak berada pada tahun 2022 dimana terdapat 1972 usaha makanan yang tercatat, dimana peningkatan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.2. Dengan perkembangan usaha makanan tersebut memberikan tanda bahwa banyaknya persaingan usaha makanan yang ada di Kota Bogor. Dengan adanya persaingan yang nyata maka setiap usaha perlu mengelola bisnisnya dengan bijak dan perlu mengambil langkah yang inovatif agar kiranya dapat tetap unggul. Penting bagi suatu usaha untuk dapat mengetahui cara mempertahankan pelanggan dan meningkatkan pembelian berulang dari pelanggan yang sudah pernah datang agar kiranya dapat mengungguli persaingan (Yan et al., 2013).

Terdapat berbagai macam makanan dan minuman yang telah tersebar di Kota Bogor, salah satunya adalah mie. Menurut SII atau Standar Industri Indonesia, mie adalah suatu produk makanan yang berbahan dasar tepung yang berasal dari tanaman gandum, memiliki bentuk yang khas dan siap dihidangkan setelah dimasak (Standarisasi Nasional Indonesia, 2015). Mie mulai masuk ke Indonesia sekitar abad ke-19 dan dibawa oleh pedagang Tionghoa. Dikarenakan mie memiliki kandungan karbohidrat yang tinggi maka seringkali dipandang sebagai salah satu makanan pokok, maka dari itu mie semakin digemari di kalangan masyarakat Indonesia.

Salah satu usaha makanan mie yang berada di Kota Bogor adalah Restoran X. Restoran X merupakan sebuah tempat makan yang utamanya menjual aneka ragam mie, mulai dari mie cobek hingga mie ayam dengan berbagai macam rasa. Restoran ini terletak di daerah Bogor Selatan, Jawa Barat. Restoran ini buka setiap hari kecuali pada hari Senin, dimana operasional restoran mulai dari pukul 08.00 hingga 20.00. Harga makanan yang dijual mulai dari Rp. 15.000 hingga Rp. 20.000, serta minuman mulai dari Rp. 5.000 hingga Rp. 10.000. Target pasar dari Restoran X adalah warga yang berada di sekitaran restoran hingga radius kurang lebih 2,5 km dengan usia 12 hingga 40 tahun. Menurut pemilik restoran, target tersebut ditentukan dengan mempertimbangkan rentang usia remaja dan dewasa, serta mempertimbangkan radius daerah perumahan yang berada di sekitaran restoran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik restoran, diketahui bahwa mulanya penjualan hanya dilakukan secara sederhana, yaitu dengan menerima

pesanan melalui kerabat, membuat pesanan di rumah, dan kemudian dikirimkan secara langsung kepada pelanggan. Namun pada tahun 2019 akhir, pemilik restoran memberanikan diri untuk menyewa ruko sebagai tempat usaha. Hingga kini penjualan oleh pemilik restoran dilakukan secara langsung atau *offline* di restoran, serta memanfaatkan media GoFood. Meskipun melakukan penjualan secara *offline* dan *online*, namun pemilik lebih ingin memfokuskan pada penjualan yang dilakukan secara *offline* dikarenakan hal ini dianggap lebih menguntungkan. Berdasarkan dengan data penjualan yang dimiliki, penjualan secara *offline* memberikan pendapatan sebesar 74.57%, dimana tentunya persentase tersebut sudah pasti lebih besar daripada penjualan yang dilakukan secara *online*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik restoran, dikatakan bahwa sebelum pandemi melanda restoran memiliki pelanggan yang cukup stabil setiap harinya namun dengan adanya pandemi mengakibatkan penurunan tingkat pembelian oleh pelanggan. Menurut pemilik restoran penurunan jumlah kedatangan pelanggan atau transaksi tersebut mengakibatkan turunnya pendapatan pada Restoran X. Sebagai dugaan awal, pemilik restoran berpikir bahwa pelanggan menurun hanya dikarenakan oleh pandemi, namun setelah pandemi cukup mereda pun tingkat kedatangan pelanggan tidak kunjung meningkat seperti semula, sehingga seiringan dengan hal tersebut mengakibatkan penurunan pendapatan.



Gambar I.3 Perbandingan Pendapatan dan Target Restoran X

Data pada Gambar 1.3 menunjukkan fluktuasi antara perbandingan pendapatan dan target yang dimiliki oleh Restoran X mulai dari Januari 2020 hingga Juni 2023. Pendapatan pada tahun 2020 yang mencapai Rp 122.123.913 menurun hingga akhirnya pada tahun 2022 hanya mencapai Rp. 84.767.540, hal ini membuktikan bahwa adanya penurunan pendapatan sebesar kurang lebih 30,6% sejak tahun 2020 ke tahun 2022. Berdasarkan Gambar 1.3 menunjukkan bahwa setelah bulan Mei 2020 diketahui bahwa restoran seringkali tidak mencapai target yang diinginkan. Restoran seringkali mengalami peningkatan pendapatan pada bulan-bulan ramai seperti Juni dan Desember, namun pada bulan-bulan lainnya restoran cukup kesulitan untuk mencapai target yang diinginkan. Pemilik restoran mulanya memiliki target pendapatan sebesar Rp. 10.000.000, namun sejak tahun 2022 target tersebut diturunkan hingga Rp. 8.000.000 seiring dengan pengurangan karyawan. Penentuan target dilakukan oleh pemilik restoran dengan mempertimbangkan harga jual dan kapasitas penjualan berdasarkan dengan tahun sebelumnya.

Mulanya pemilik restoran berpikir bahwa apabila melakukan penekanan biaya dan penurunan target dapat membantu restoran untuk mencapai target yang diinginkan, namun nyatanya tetap saja tidak terlalu berpengaruh. Restoran hanya memenuhi target pendapatan pada bulan-bulan tertentu dan seringkali tidak memenuhi target pendapatan yang diinginkan. Menurut situs Radar Bogor, diketahui bahwa Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor telah mencatat terdapat kenaikan pada pendapatan asli daerah sebesar 4,94% sejak pergantian tahun 2022 ke tahun 2023, dimana kontribusi terbesar diberikan oleh usaha makanan atau kuliner (Imam, 2023). Hal ini menandakan bahwa terdapat banyak usaha makanan pada Kota Bogor yang berkembang dan memperoleh keuntungan sehingga berkontribusi meningkatkan pendapatan daerah, namun pada Restoran X sendiri mengalami penurunan pendapatan yang menjadikan hal tersebut tentunya tidak biasa atau tidak wajar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik restoran, pemilik telah menyadari adanya penurunan pendapatan tersebut, namun masih kurang mengetahui secara spesifik terkait apa saja yang menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan. Dikarenakan kurang mengetahui penyebab tersebut, maka pemilik restoran juga tidak melakukan upaya signifikan untuk menanggulangi permasalahan yang terjadi. Namun dengan mempertimbangkan

fluktuasi pendapatan dan target yang diinginkan, maka dikhawatirkan bahwa Restoran X akan terus kesulitan untuk mencapai target pendapatan setiap bulannya. Berlandaskan hal tersebut diperlukan penelitian sehingga nantinya dapat diberikan usulan yang dapat digunakan untuk mencegah masalah berkepanjangan yang ada pada Restoran X.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Penurunan jumlah pembelian oleh pelanggan benar nyatanya mengakibatkan penurunan omset bagi para pemilik usaha (Alfin, 2021). Terdapat banyak faktor yang dapat mengakibatkan penurunan pembelian, seperti kualitas produk atau layanan, persaingan, harga, konsistensi rasa, promosi, hingga loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap suatu restoran atau perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga pelanggan cenderung untuk mengunjungi kembali restoran tersebut (Han et al., 2009). Maka dari itu penting bagi suatu pemilik usaha untuk dapat mempertahankan pelanggannya agar melakukan pembelian berulang sehingga dapat mencegah terjadinya penurunan pembelian.

Berdasarkan data pendapatan yang telah diperoleh, dapat dilihat jika memang terdapat penurunan pendapatan pada Restoran X. Pemilik Restoran X mengetahui penurunan pendapatan yang terjadi, namun pemilik restoran kurang mengetahui secara spesifik hal-hal apa saja yang mengakibatkan penurunan tersebut, maka dari itu perlu dilakukan pencarian masalah yang mengakibatkan penurunan pendapatan tersebut. Pencarian masalah dilakukan dengan wawancara terhadap pemilik restoran dan target pasar. Wawancara dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang mungkin berpengaruh dalam menyebabkan kesulitan pencapaian target pendapatan dan faktor apa yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian terhadap Restoran X oleh target pasar ataupun pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik restoran, menurutnya permasalahan yang utama terjadi adalah penurunan pendapatan yang menyebabkan sulitnya pencapaian target, hal ini dapat disebabkan dengan penurunan tingkat pembelian oleh pelanggan dikarenakan pemilik restoran merasakan bahwa restorannya tidak seramai sebelumnya. Terdapat faktor dugaan yang mungkin memengaruhi penurunan pendapatan tersebut. Sebagai dugaan,

pemilik restoran sempat berpikir bahwa mungkin restorannya tidak terlalu ramai dikarenakan adanya usaha sejenis yang berada di sekitar restoran dengan promosi lebih menarik, dimana sebelumnya Restoran X sendiri belum pernah mengadakan promo untuk pelanggannya. Sebagai upaya untuk menarik ketertarikan pelanggan terhadap Restoran X, maka pemilik restoran mengadakan program promo. Restoran X sempat mengadakan promo dengan memberikan minuman gratis apabila pelanggan mengikuti Instagram Restoran X dan mengunggah terkait dengan Restoran X. Namun nyatanya promosi tersebut masih tidak cukup kuat untuk meningkatkan pendapatan, dikarenakan tidak banyak yang tertarik untuk mengikuti promosi tersebut dan cenderung menghiraukan promosi tersebut.

Faktor lainnya yang memungkinkan menurut pemilik restoran adalah adanya pelanggan yang tidak melakukan pembelian lagi di Restoran X. Pemilik restoran mencurigai bahwa pelanggan hanya membeli sesekali saja dan cenderung tidak kembali lagi, hal ini dikarenakan pemilik restoran hanya memiliki beberapa pelanggan tetap yang dikenalnya dan tidak terlalu banyak melihat pelanggan yang kembali lagi. Pemilik restoran seringkali melihat pelanggan yang asing dibandingkan dengan pelanggan yang sudah pernah berkunjung sebelumnya. Pemilik restoran jarang menerima keluhan atau kritik secara langsung dari pelanggan, namun pemilik restoran pernah mendengar terkait dengan pelayanan yang kurang cepat dan terkadang rasa makanan kurang konsisten. Dengan beberapa keluhan yang pernah didengar tersebut, pemilik restoran mencurigai dapat menyebabkan pelanggan tidak kembali lagi.

Setelah melakukan wawancara kepada pemilik restoran terkait dengan masalah dugaan, maka dilakukan juga wawancara kepada target pasar dari Restoran X. Wawancara dilakukan untuk memperdalam terkait dengan permasalahan ditemukan dan memvalidasi faktor dugaan yang diberikan oleh pemilik restoran. Selain itu, wawancara juga dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut terkait dengan faktor-faktor apa yang sesungguhnya memengaruhi pembelian pelanggan terhadap Restoran X tersebut.

Wawancara telah berhasil dilakukan kepada target pasar, yaitu warga yang berada di sekitaran restoran hingga radius kurang lebih 2,5 km dengan usia 12 hingga 40 tahun. Wawancara berhasil dilakukan kepada total 42 orang, dimana dari 42 orang tersebut terdapat 35 orang (83,33%) yang mengetahui terkait

dengan Restoran X dan 7 orang (16,67%) lainnya yang tidak mengetahui. Dengan demikian diketahui bahwa lebih banyak target pasar yang sudah mengetahui terkait dengan Restoran X.

Berdasarkan 35 orang yang telah mengetahui terkait dengan Restoran X tersebut terdapat 29 orang (82,86%) yang pernah makan di Restoran X dan 6 orang (17,14%) masih tidak pernah makan di Restoran X. Kemudian dari 29 orang yang sudah pernah makan Restoran X tersebut diperoleh bahwa terdapat 22 orang (75,862%) hanya pernah makan sekali di Restoran X, sedangkan sisanya 7 orang (24,138%) pernah makan lebih dari sekali di Restoran X. Berdasarkan dengan hasil wawancara ini dapat diketahui bahwa kebanyakan pelanggan yang datang hanya makan sesekali saja dan belum kembali lagi. Maka dari itu dilakukan wawancara lebih lanjut untuk mengetahui apakah 22 orang yang hanya makan sekali tersebut akan kembali lagi ke Restoran X atau tidak.



Gambar I.4 Persentase Keinginan Beli Ulang Pelanggan

Hasil wawancara menunjukkan bahwa 4 orang (18,18%) belum dapat menentukan ingin kembali lagi atau tidak, 7 orang (31,82%) ingin kembali lagi, serta 11 orang (50%) tidak ingin kembali lagi. Menurut grafik Gambar I.4 hasil wawancara tersebut dapat terlihat jelas bahwa lebih banyak orang yang tidak ingin kembali atau tidak ingin melakukan pembelian lagi di Restoran X. Hal ini tentunya menandakan bahwa niat beli ulang pelanggan terhadap Restoran X cukup rendah. Hal ini mendukung dugaan pemilik restoran yang mencurigai adanya pelanggan yang hanya membeli sesekali saja.

Setelah mengetahui bahwa terdapat kurangnya niat beli ulang pelanggan terhadap Restoran X, berikutnya narasumber juga diberikan pertanyaan terkait dengan faktor apa saja yang memengaruhi niat membeli ulang atau tidak membeli ulang pada Restoran X. Pertanyaan terkait dengan faktor niat beli ulang mempertimbangkan jawaban yang sebelumnya telah diberikan oleh narasumber, dimana faktor yang memengaruhi niat beli ulang ditanyakan kepada narasumber yang pernah makan lebih dari sekali atau tertarik untuk kembali lagi ke Restoran X. Berikut merupakan tabel rekapitulasi hasil wawancara terkait dengan faktor yang memengaruhi membeli ulang di Restoran X.

Tabel I.1 Faktor yang Memengaruhi Beli Ulang ke Restoran X

Faktor yang mempengaruhi beli ulang	Jumlah
Rasa enak	9
Kecepatan pelayanan	7
Harga murah	4
Lokasi dekat	4
Pelayanan ramah	4
Tempat bersih	3
Terdapat promosi	2

Berdasarkan Tabel I.1 terdapat berbagai macam faktor yang memengaruhi pelanggan sehingga ingin membeli ulang berdasarkan dengan preferensi masing-masing, namun berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa faktor yang paling memengaruhi adalah rasa makanan yang enak. Tentunya apabila suatu makanan memiliki rasa yang enak maka orang akan semakin tertarik untuk sering mengonsumsi makanan tersebut. Selain rasa, terdapat juga faktor lainnya seperti kecepatan pelayanan, harga yang murah, lokasi yang dekat, pelayanan yang ramah, tempat yang bersih, serta terdapat promosi.

Selain ditanyakan terkait dengan faktor yang memengaruhi seseorang untuk membeli ulang, ditanyakan juga terkait dengan faktor yang memengaruhi seseorang untuk tidak membeli ulang ke Restoran X. Faktor yang memengaruhi tidak membeli ulang ditanyakan kepada narasumber yang menyatakan hanya pernah makan sekali dan tidak tertarik membeli di Restoran X. Berikut merupakan tabel rekapitulasi hasil wawancara terkait dengan faktor yang memengaruhi tidak ingin membeli ulang di Restoran X.

Tabel I.2 Faktor yang Memengaruhi Tidak Beli Ulang ke Restoran X

Faktor yang mempengaruhi tidak membeli ulang	Jumlah
Pelayanan kurang cepat	9
Suasana restoran panas	6
Tempat kurang bersih	6
Pelayanan kurang ramah	5
Promosi kurang menarik	4
Tidak ada WiFi	3

Berdasarkan Tabel I.2 terdapat beberapa faktor yang memengaruhi pelanggan sehingga tidak ingin membeli ulang di suatu restoran, dimana berdasarkan hasil wawancara faktor yang paling memengaruhi adalah pelayanan yang kurang cepat. Dengan pelayanan yang kurang cepat tentunya akan menghabiskan waktu pelanggan untuk menunggu makanan tersebut, terlebih lagi apabila pelanggan datang dalam keadaan yang lapar tentunya hal tersebut akan membuat pelanggan kurang puas. Selain pelayanan yang kurang cepat terdapat juga faktor lainnya, yaitu suasana restoran yang panas, tempat yang kurang bersih, pelayanan yang kurang ramah, promosi yang kurang menarik, serta tidak ada WiFi.

Tentunya faktor-faktor yang memengaruhi membeli ulang dan tidak membeli ulang tersebut perlu dipertimbangkan oleh pemilik restoran, dimana faktor yang membuat pelanggan ingin membeli ulang perlu ditingkatkan lagi, sedangkan faktor yang membuat pelanggan tidak ingin membeli ulang perlu diperbaiki. Selain menanyakan terkait dengan faktor yang memengaruhi tidak membeli ulang, ditanyakan juga terkait dengan preferensi pelanggan apabila ingin mengonsumsi makanan berupa mie kepada pelanggan yang memberikan informasi terkait faktor tidak membeli ulang. Berikut merupakan Tabel I.3 yang menunjukkan hasil rekapitulasi preferensi narasumber.

Tabel I.3 Preferensi Tempat Makan Mie di Kota Bogor

Preferensi Tempat Makan Mie	Jumlah
Mie Gacoan	4
Mie Ayam Kesatuan	3
Mie Ayam Apollo	2
Mie Ayam PMI	2
Mie Ayam Ananda	2
Bakmi GM	2

Hasil tersebut menunjukkan responden paling banyak menyukai Mie Gacoan. Mie Gacoan merupakan salah satu restoran mie yang menyediakan berbagai macam jenis mie pedas dengan harga yang terjangkau. Selain Mie Gacoan, terdapat juga alternatif preferensi lain yang dinyatakan oleh narasumber, yaitu Mie Ayam Kesatuan, Mie Ayam Apollo, Mie Ayam PMI, Mie Ayam Ananda, dan Bakmi GM. Pemilihan tempat makan mie tersebut disesuaikan dengan preferensi atau kesukaan masing-masing dari narasumber. Berdasarkan hasil dari wawancara telah ditemukan berbagai macam faktor yang memengaruhi niat beli ulang pelanggan di Restoran X. Selanjutnya untuk mendukung terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi niat beli ulang pada suatu restoran, maka dari itu perlu dilakukan pencarian studi literatur untuk mendukung dugaan hasil dari pemilik restoran dan narasumber.

Mannan et al. (2019) melakukan penelitian untuk memodelkan terkait dengan kepuasan pelanggan dengan niat beli ulang pada restoran makanan. Data yang digunakan merupakan kumpulan data dari 30 restoran yang terdapat di kota Dhaka, Bangladesh. Menurut penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa variabel yang memengaruhi keinginan beli ulang, yaitu *variety seeking tendency*, *customer satisfaction*, *restaurant reputation*, dan *trust*. Dimana dalam faktor *customer satisfaction* terdapat *service quality*, *food quality*, *atmospherics*, *other customers*, dan *perceived value or price*. Kelima faktor berdasarkan hasil penelitian tersebut memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. *Customer satisfaction* dan *restaurant reputation* memiliki pengaruh positif terhadap *trust*. *Customer satisfaction*, *restaurant reputation*, dan *trust* memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang, sedangkan *variety seeking tendency* memiliki pengaruh negatif terhadap niat beli ulang.

Mulyana (2019) juga melakukan penelitian terkait dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pelanggan pada suatu restoran. Terdapat beberapa hal yang memengaruhi niat beli ulang sehingga digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara, serta minat beli ulang sebagai variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang.

Amanah dan Fahimah (2021) juga melakukan penelitian terkait dengan kualitas produk dan higienitas teradap niat beli ulang di restoran Omah Cangkruk Jombang. Berdasarkan penelitian ini terdapat lima faktor independen dan satu faktor dependen. Faktor independen yang diteliti adalah terkait dengan kualitas produk, higienitas, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan. Sedangkan faktor dependen yang dipengaruhi adalah niat beli ulang. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kelima faktor tersebut sungguh berpengaruh positif signifikan signifikan terhadap niat beli ulang pelanggan pada suatu restoran.

Terakhir, Dewiasih dan Nainggolan (2022) melakukan penelitian terkait dengan kualitas pelayanan dan *word of mouth* yang mungkin berpengaruh terhadap niat beli ulang pada suatu restoran. Dalam penelitian ini digunakan variabel independen berupa kualitas pelayanan dan *word of mouth*, yang kemudian dihipotesiskan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta variabel dependen berupa niat beli ulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *word of mouth* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli ulang.

Berdasarkan studi literatur tersebut tentunya mendukung banyaknya faktor yang dapat memengaruhi niat beli ulang suatu pelanggan dalam halnya memilih suatu tempat makan. Hingga kini pemilik restoran merasa kurang puas dikarenakan hasil penjualan yang jarang memenuhi target pendapatan. Maka dari itu diperlukan penelitian untuk mengetahui hal-hal apa saja yang memengaruhi pembelian pada Restoran X serta usulan perbaikan yang diperlukan untuk menangani permasalahan yang ada. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah ditemukan sebelumnya, maka disusun rumusan masalah terkait dengan penelitian pada Restoran X sebagai berikut.

1. Apa saja faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat beli ulang pelanggan di Restoran X?
2. Apa usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk menangani permasalahan yang ada dan meningkatkan niat beli ulang pelanggan di Restoran X?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada bagian ini akan dijabarkan terkait dengan batasan masalah dan asumsi yang digunakan dalam penelitian terhadap Restoran X. Batasan masalah dan asumsi diperlukan agar kiranya penelitian dapat lebih berfokus pada hal yang penting dan memiliki konteks yang jelas. Batasan masalah ditentukan agar kiranya penelitian tidak menjadi terlalu luas dimana penelitian terbatas pada suatu cakupan tertentu. Berikut merupakan batasan masalah yang digunakan dalam penelitian.

1. Penelitian hanya dilakukan hingga tahap pemberian usulan perbaikan bagi Restoran X, tidak termasuk tahap implementasi dari usulan tersebut.
2. Penelitian hanya berfokus pada penjualan yang dilakukan secara *offline*.
3. Responden dari penelitian adalah orang yang pernah melakukan pembelian atau pernah makan di Restoran X.

Setelah berhasil menentukan batasan masalah, tentunya asumsi juga diperlukan dalam suatu penelitian. Asumsi diperlukan sebagai landasan berpikir yang dianggap benar sehingga penelitian menjadi lebih sederhana dan tidak menyimpang dari masalah yang ingin diteliti. Berikut merupakan asumsi yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Selama penelitian tidak terdapat perubahan menu, harga, kualitas makanan, kualitas layanan, ataupun fasilitas yang terdapat pada Restoran X.
2. Responden memberikan respon atau jawaban yang jujur.

I.4 Tujuan Penelitian

Pada bagian ini akan dijabarkan terkait dengan tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian terhadap Restoran X. Tujuan penelitian ditentukan dengan mempertimbangkan rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut merupakan tujuan dari penelitian yang dilakukan.

1. Mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat beli ulang pelanggan di Restoran X.
2. Memberikan usulan perbaikan yang sesuai untuk menangani permasalahan yang ada sehingga dapat meningkatkan niat beli ulang pelanggan di Restoran X.

I.5 Manfaat Penelitian

Pada bagian ini akan dijabarkan terkait dengan manfaat atau dampak dari penelitian yang dilakukan. Manfaat penelitian dapat diperoleh berdasarkan dengan hasil kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Manfaat ditujukan untuk tiga buah pihak, yaitu pemilik restoran, peneliti, dan pembaca. Berikut merupakan penjabaran manfaat penelitian yang didapatkan oleh pemilik restoran selaku pemilik masalah.

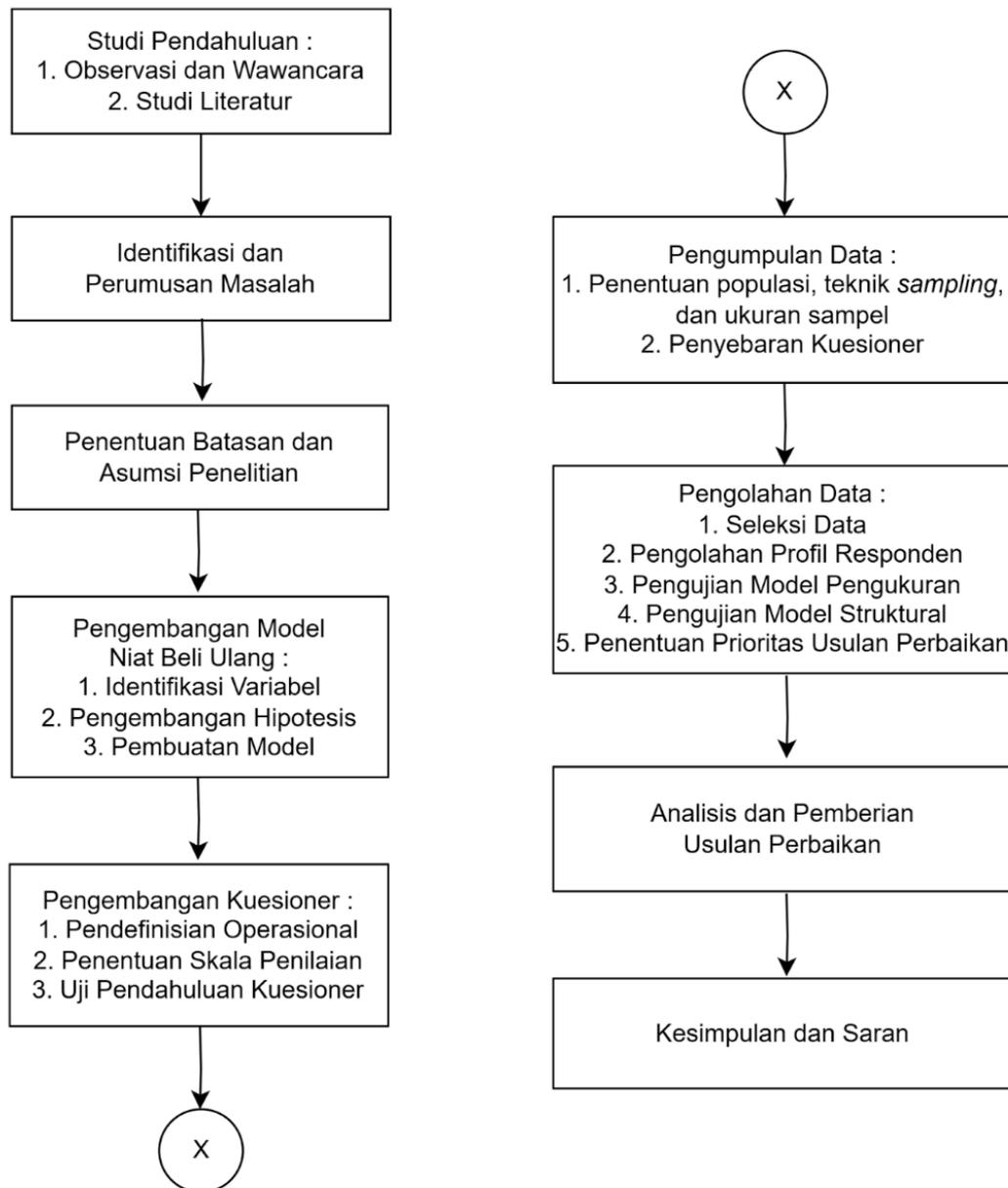
1. Pemilik restoran dapat mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan di Restoran X.
2. Pemilik restoran mendapatkan usulan perbaikan untuk menangani permasalahan yang ada sehingga dapat meningkatkan niat beli ulang pelanggan di Restoran X.

Selain manfaat bagi pemilik restoran, tentunya terdapat juga manfaat bagi pihak peneliti dan pembaca. Peneliti dan pembaca dapat memperoleh dampak dalam upaya pengembangan keilmuan. Berikut merupakan manfaat yang didapatkan oleh peneliti dan pembaca.

1. Peneliti dapat memperoleh pengetahuan lebih lanjut terkait dengan permasalahan yang terdapat pada Restoran X.
2. Peneliti dapat mengaplikasikan ilmu Teknik Industri yang telah diperoleh selama perkuliahan dalam menyelesaikan permasalahan yang ditemukan pada Restoran X.
3. Pembaca dapat mengetahui terkait dengan permasalahan yang terdapat pada objek penelitian, serta memperoleh pengetahuan tambahan terkait dengan faktor yang memengaruhi niat beli ulang pelanggan beserta dengan usulan perbaikannya.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan dilakukan penjabaran terkait dengan metodologi penelitian yang akan digunakan dalam melaksanakan penelitian ini. Metodologi penelitian diperlukan agar kiranya terdapat langkah-langkah yang jelas selama melaksanakan penelitian guna menjawab rumusan masalah. Dengan adanya metodologi penelitian ini maka penelitian dapat berjalan dengan lebih jelas dan sistematis. Berikut merupakan Gambar I.5 yang menunjukkan sembilan alur tahapan metodologi penelitian.



Gambar I.5 Metodologi Penelitian

Berikut merupakan penjelasan dari setiap tahap metodologi penelitian tersebut.

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan dengan studi lapangan dan studi literatur. Studi lapangan dilakukan dengan metode observasi dan wawancara, melalui studi lapangan tersebut maka dapat diketahui dengan lebih jelas terkait dengan keadaan aktual dari objek penelitian sehingga dapat

mengetahui permasalahan yang ada. Berikutnya dilakukan studi literatur yang berhubungan dengan penelitian sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan penelitian niat beli ulang. Studi literatur ini diperoleh melalui buku, jurnal, atau sumber lainnya yang terpercaya.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Tahap selanjutnya adalah melakukan identifikasi dan perumusan masalah. Dalam tahap ini permasalahan akan dijelaskan mulai dari akar permasalahan hingga akhirnya menjadi pernyataan masalah secara eksplisit yang ingin diselesaikan melalui penelitian ini. Identifikasi masalah didukung dengan hasil wawancara dari pemilik restoran dan responden yang berupa *target market* dari Restoran X.

3. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian

Penentuan batasan dan asumsi dilakukan agar penelitian menjadi lebih terfokus pada masalah yang ingin diselesaikan. Batasan diperlukan agar kiranya penelitian menjadi tidak terlalu luas sesuai dengan cakupan yang diinginkan dalam penelitian. Asumsi digunakan sebagai dugaan yang dianggap benar sehingga dapat mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan pemberian usulan terhadap objek.

4. Pengembangan Model Niat Beli Ulang

Pengembangan model penelitian akan dilakukan identifikasi variabel yang berhubungan dengan niat beli ulang pelanggan pada Restoran X. Setelah identifikasi variabel maka dapat dilakukan pengembangan hipotesis dan hubungan antar variabel. Pengembangan model penelitian didasarkan pada studi literatur yang telah diperoleh terkait dengan model penelitian niat beli ulang serupa. Setelah mengetahui variabel yang akan digunakan beserta dengan hubungannya, maka dibentuk model niat beli ulang.

5. Pengembangan Kuesioner

Pada tahap ini akan dilakukan pendefinisian operasional dari setiap variabel yang berpengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan. Apabila setiap variabel telah terdefinisi maka dapat dilakukan penyusunan pertanyaan dan penentuan kuesioner. Sebelum kuesioner disebarkan juga dilakukan uji pendahuluan kuesioner terlebih dahulu untuk

memastikan bahwa kuesioner yang dirancang dapat dipahami oleh responden dengan mudah.

6. Pengumpulan Data

Sebelum menyebarkan kuesioner perlu dilakukan penentuan definisi populasi, teknik *sampling*, serta ukuran sampel. Berikutnya dapat dilakukan penyebaran kuesioner kepada target responden, yaitu orang yang pernah melakukan pembelian atau pernah makan di Restoran X. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan media Google Form.

7. Pengolahan Data

Data yang diperoleh perlu dilakukan seleksi terlebih dahulu, sehingga dalam tahap ini dapat dimulai dengan melakukan pendeteksian dan pengoreksian data seperti respon kosong dan standar deviasi. Berikutnya dapat dilakukan pengolahan data mulai dari pengolahan profil responden, pengujian model pengukuran, pengujian model struktural, hingga penentuan prioritas usulan perbaikan. Pengujian model pengukuran dengan menggunakan reliabilitas dan validitas. Pengujian reliabilitas dilakukan agar kiranya hasil pengukuran nantinya konsisten dan stabil, sedangkan pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik instrumen pengukuran yang dibuat dalam mengukur variabel yang hendak diukur pada penelitian. Pengujian model pengukuran dan struktural dilakukan dengan menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Model*). Penentuan prioritas perbaikan dilakukan dengan menggunakan metode IPMA (*Importance Performance Map Analysis*).

8. Analisis dan Pemberian Usulan Perbaikan

Berikutnya dilakukan analisis sebagai interpretasi dan pemahaman lebih lanjut terkait dengan pengolahan data yang telah dilakukan. Hasil analisis tersebut nantinya dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk menyusun usulan perbaikan. Usulan perbaikan dibuat untuk menangani permasalahan yang ada dan akan diberikan kepada pemilik Restoran X.

9. Kesimpulan dan Saran

Langkah terakhir adalah dilakukan penarikan kesimpulan dan pemberian saran. Kesimpulan dilakukan untuk memberikan jawaban terhadap

rumusan masalah yang telah ditentukan. Sedangkan saran ditujukan untuk penelitian berikutnya yang serupa sehingga dapat berjalan lebih baik dalam mencapai tujuannya, serta saran juga dapat ditujukan kepada pemilik Restoran X.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini akan dibahas lebih lanjut terkait dengan sistematika penulisan yang berisikan garis besar isi dari setiap bab dalam penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan akan dibagi menjadi lima buah bab, yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis, serta kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjabaran lebih lanjut dari kelima bab tersebut.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan akan dijabarkan terkait dengan latar belakang dari masalah yang akan diteliti, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi yang digunakan dalam penelitian, tujuan dari dilakukannya penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab tinjauan pustaka akan dijabarkan terkait dengan dasar teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu penjelasan terkait dengan restoran, perilaku konsumen, niat beli ulang, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, teknik *sampling*, *Structural Equation Modeling (SEM)*, *Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*, *Importance Performance Map Analysis (IPMA)*, serta penelitian terkait dengan niat beli ulang yang serupa. Tinjauan pustaka diperoleh dari sumber yang terpercaya, seperti jurnal ataupun buku.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab pengumpulan dan pengolahan data akan dilakukan pengembangan hipotesis dan penentuan variabel, pengembangan model niat beli ulang, pendefinisian operasional variabel, perancangan kuesioner, pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, pengolahan data, serta penentuan prioritas usulan perbaikan. Pengolahan data yang dilakukan terhadap profil responden, model pengukuran, model struktural, dan prioritas usulan perbaikan.

BAB IV ANALISIS

Dalam bab analisis akan dijabarkan lebih lanjut terkait dengan hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan, serta akan dilakukan pemberian usulan perbaikan bagi Restoran X. Usulan tersebut juga akan melalui tahap evaluasi dengan diskusi bersama pemilik Restoran X.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab kesimpulan dan saran akan dijabarkan terkait dengan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan pada bab sebelumnya, serta dilakukan pemberian saran untuk penelitian selanjutnya dan pemilik restoran.