

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS KUALITAS
PRODUK TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN
WARUNG STEAK SIMANTAN LENGKONG KOTA BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:
Jessica Elvina
6032001075**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi oleh LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023
BANDUNG
2024**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY PERCEPTIONS ON THE
REPURCHASE INTENTION OF WARUNG STEAK SIMANTAN
CONSUMERS IN LENGKONG BANDUNG CITY**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

**By :
Jessica Elvina
6032001075**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023
BANDUNG
2024**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS KUALITAS PRODUK
TERHADAP NIAT BELI ULANG WARUNG STEAK SIMANTAN
JALAN LENGKONG KOTA BANDUNG

Oleh: Jessica Elvina
6032001075

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 25 Januari 2024

Ketua Program Sarjana Manajemen,



Katlea Fitriani, S.T., M.S.M., CIPM.

Pembimbing Skripsi,



V. J. Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Jessica Elvina
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 22 Januari 2002
NPM : 6032001075
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Persepsi Konsumen atas Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Warung Steak Simantan Jalan Lengkong Kota Bandung

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : V.J. Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 5 Januari 2024

Pembuat pernyataan :



(Jessica Elvina)

ABSTRAK

Kota Bandung menjadi sebuah kota yang terkenal memiliki berbagai macam kuliner, salah satunya adalah Warung Steak Simantan. Warung Steak Simantan pertama kali didirikan pada tahun 2020 dengan cabang pertamanya di Lengkong, Kota Bandung. Berdasarkan hasil *preliminary research*, penulis dapat memberi kesimpulan bahwa dari 15 responden yang menyukai makan steak memiliki niat beli ulang rendah terhadap Warung Steak Simantan dengan berbagai alasan yaitu rasa yang kurang enak, daging steak yang alot, bumbu *gravy sauce* yang sedikit, tingkat kematangan yang tidak sesuai dengan selera responden, dan sebagainya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen atas Kualitas Produk (X) terhadap Niat Beli Ulang (Y) Warung Steak Simantan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanatori dan *applied research*. Penulis melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan membagikan kuesioner kepada 98 responden dengan menggunakan metode pengambilan sampel non-probabilistik secara *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Selanjutnya, penulis menggunakan analisis data kuantitatif untuk menganalisis hasil jawaban responden dalam bentuk angka, sedangkan analisis data kualitatif penulis gunakan untuk menginterpretasikan hasil jawaban responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dengan bantuan IBM SPSS, penulis mendapatkan hasil bahwa kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen pada penelitian ini adalah sebesar 44,5% sedangkan sisanya 55,5% terdiri dari faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Kata Kunci: Daging steak, Warung Steak Simantan, Kualitas Produk, Niat Beli Ulang.

ABSTRACT

The city of Bandung is a city that is famous for its various culinary delights, one of which is Warung Steak Simantan. Warung Steak Simantan was first established in 2020 with the first branch in Lengkong, Bandung City. Based on the results of preliminary research, the author can conclude that the 15 respondents who like to eat steak have a low repurchase intention towards Warung Steak Simantan for various reasons, namely the taste is not good, the steak is tough, the sauce is not enough, the level of doneness does not match the respondent's taste, and so on.

This research aims to determine consumer perceptions of Product Quality (X) on Repurchase Intention (Y) of Warung Steak Simantan. This research uses explanatory research and applied research methods. The author collected data through observation, interviews, and distributing questionnaires to 98 respondents using non-probabilistic sampling methods using purposive sampling and snowball sampling. Next, the author uses quantitative data analysis to analyze the results of respondents' answers in the form of numbers, while the author uses qualitative data analysis to interpret the results of respondents' answers.

Based on the results of research conducted by the author with the help of IBM SPSS, the author found that the contribution of the independent variable in explaining the dependent variable in this research was 44.5%, while the remaining 55.5% consisted of other factors that are not found in this research.

Keywords: *Steak, Simantan Steak, Product Quality, Repurchase Intention.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
1.6 Hipotesis	10
BAB 2	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kualitas Produk	11
2.2 Dimensi Kualitas Produk	11
2.3 Niat Beli Ulang	25
BAB 3	31
METODE DAN OBJEK PENELITIAN	31
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	31
3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.2.1 Data Primer	31
3.2.2 Data Sekunder	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.4 Operasional Variabel	32
3.5 Pengukuran Variabel	35

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.7 Teknik Analisis Data	37
3.8 Objek Penelitian	39
3.8.1 Profil Perusahaan	39
3.8.2 Profil Responden.....	40
BAB 4	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Analisis Kualitatif Variabel X (Kualitas Produk)	43
4.1.1 Analisis Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Produk dari hidangan steak Warung Steak Simantan	43
4.2 Analisis Kualitatif Variabel Y (Niat Beli Ulang).....	54
4.2.1 Analisis terhadap Niat Beli Ulang Konsumen terhadap Warung Steak Simantan	54
4.3 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.1 Uji Normalitas.....	55
4.3.2 Uji Multikolinearitas	57
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	57
4.4 Analisis Kuantitatif dengan Regresi Linear Berganda	58
4.4.1 Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	58
4.4.2 Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	58
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (<i>R. Square</i>).....	59
BAB 5	60
KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Kesimpulan.....	60
5.1.1 Persepsi Konsumen atas Kualitas Produk Warung Steak Simantan	60
5.1.2 Persepsi Konsumen atas Niat Beli Ulang Warung Steak Simantan.....	63
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Preliminary research</i>	5
Tabel 1.2 Alasan responden	5
Tabel 2.1 Indikator Kualitas Produk	12
Tabel 2.2 Indikator Niat Beli Ulang	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X	32
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y	34
Tabel 3.3 Keterangan Skala	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 3.5 Usia	40
Tabel 3.6 Pekerjaan	40
Tabel 3.7 Jumlah Pengeluaran	41
Tabel 3.8 Frekuensi Kunjungan	41
Tabel 3.9 Kunjungan Terakhir	42
Tabel 4.1 Tampilan Hidangan Steak	43
Tabel 4.2 Tampilan Hidangan Steak	43
Tabel 4.3 Tampilan Hidangan Steak	44
Tabel 4.4 Porsi Hidangan Steak	45
Tabel 4.5 Porsi Hidangan Steak	45
Tabel 4.6 Porsi Hidangan Steak	46
Tabel 4.7 Bentuk Daging Steak	47
Tabel 4.8 Bentuk Daging Steak	47
Tabel 4.9 Bentuk Daging Steak	48
Tabel 4.10 Tekstur Daging Steak	49
Tabel 4.11 Tekstur Daging Steak	49
Tabel 4.12 Tingkat Kematangan Daging Steak	50

Tabel 4.13 Tingkat Kematangan Daging Steak	50
Tabel 4.14 Rasa Hidangan Steak	51
Tabel 4.15 Rasa Hidangan Steak	51
Tabel 4.16 Rasa Hidangan Steak	52
Tabel 4.17 Temperatur Hidangan Steak.....	52
Tabel 4.18 Temperatur Hidangan Steak.....	53
Tabel 4.19 Niat Membeli Ulang Hidangan Steak	54
Tabel 4.20 Niat Membeli Ulang Hidangan Steak	54
Tabel 4.21 Niat Membeli Ulang Hidangan Steak	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Restoran dan Café di Kota Bandung Tahun 2019 - 2020	1
Gambar 1.2 Data <i>Google Trends</i> mengenai hidangan steak di Kota Bandung.....	2
Gambar 1.3 <i>Google Review</i> mengenai Warung Steak Simantan	3
Gambar 1.4 <i>Google Review</i> mengenai Warung Steak Simantan	3
Gambar 1.5 <i>Rating</i> dari <i>PergiKuliner</i>	4
Gambar 1.6 Ulasan <i>PergiKuliner</i>	4
Gambar 1.7 Suasana restoran.....	7
Gambar 1.8 Menu <i>chicken</i> steak yang dipesan oleh penulis.....	7
Gambar 1.9 Model Konseptual	10
Gambar 3.1 Logo Warung Steak Simantan.....	40
Gambar 4.1 Histogram	55
Gambar 4.2 Uji Multikolinearitas <i>P-P Plot</i>	56
Gambar 4.3 Uji Multikolinearitas	57
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas <i>Scatterplot</i>	57
Gambar 4.5 Uji F	58
Gambar 4.6 Uji t.....	58
Gambar 4.7 Uji Koefisien Determinasi (<i>R. Square</i>).....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner / Angket Penelitian.....	72
Lampiran 2 : Rekapitulasi Jawaban Responden	77

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Konsumen atas Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Warung Steak Simantan Jalan Lengkong Kota Bandung”**. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan. Penulis menyadari bahwa penelitian ini disusun dengan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Orang tua penulis yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
2. Vanessa Felina selaku adik penulis yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi, dan hiburan sehingga proses penyelesaian mata kuliah skripsi manajemen.
3. Bapak V.J. Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA. selaku dosen pembimbing dari mata kuliah seminar proposal sampai skripsi manajemen. Terima kasih banyak atas doa, waktu, tenaga, pikiran, dan nilai-nilai kehidupan yang telah bapak berikan.
4. Sahabat-sahabat “F4” yaitu Andrea Leonora, Michelle Arzeta, dan Aurelia Cahya yang selalu menemani serta memberi dukungan kepada penulis dari sekolah menengah hingga kini.
5. Sahabat-sahabat “Grup Posisi” yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang selalu menemani, menghibur, membantu, serta berjuang bersama dari masa perkuliahan hingga kini penyelesaian penelitian penulis.
6. Sahabat-sahabat “Ta6” yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang selalu menemani, menghibur, membantu, serta berjuang bersama dari masa perkuliahan hingga kini penyelesaian penelitian penulis.

7. Teman-teman bimbingan penulis yaitu Teffinca, Jimmy Jovian, Medina Harwig, dan Feby Angela Wijaya yang selalu saling membantu, memberi dukungan satu sama lain, dan berjuang bersama dari seminar proposal hingga penyelesaian penelitian penulis.
8. Pihak Hoyoverse yaitu *Genshin Impact* dan *Honkai Star Rail*. Terima kasih karena telah menemani dan menghibur penulis dengan kehadiran dua *game* ini dari masa perkuliahan semester empat hingga kini.
9. *Author* manhwa, *webtoon*, manga, anime, dan novel yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah menemani dan menghibur penulis dengan cerita-cerita yang menarik dan menghibur.

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Penulis ucapkan terima kasih.

Bandung, 5 Januari 2024



Jessica Elvina
Penulis

BAB 1

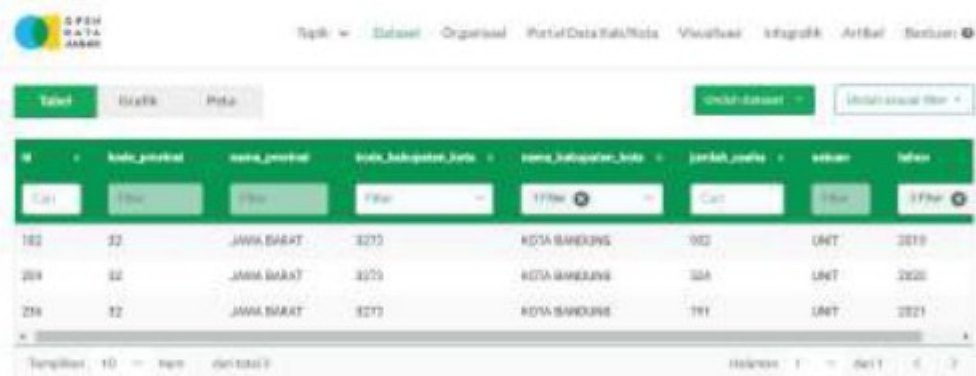
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era modern ini, kini persaingan bisnis semakin ketat dimana para pebisnis saling berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan bisnis dan mempertahankan bisnisnya. Salah satu bisnis yang populer dikalangan para pebisnis yaitu makanan atau kuliner. Seperti yang dilansir oleh *website* resmi Kota Bandung yaitu *bandung.go.id*, dicantumkan bahwa Kota Bandung termasuk ke dalam kota terbesar di Jawa Barat dan posisi ke 3 di Indonesia. Selain itu, Kota Bandung juga merupakan ibu kota di provinsi Jawa Barat. Dengan ini, Kota Bandung tumbuh menjadi kota industri, pariwisata, pendidikan, kebudayaan, dan kuliner. Terutama pada bidang kuliner, restoran atau rumah makan di kota Bandung berkembang pesat dimana setiap tahunnya terus bertambah. Seperti dilansir dari Open Data Jabar (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan), dicantumkan bahwa pada tahun 2019 Kota Bandung memiliki restoran atau café sejumlah 952, lalu pada tahun 2020 menurun karena pandemi sehingga jumlahnya menjadi 524, lalu pada tahun 2021 meningkat lagi jumlahnya menjadi 791.

Gambar 1.1

Data Jumlah Restoran dan Café di Kota Bandung Tahun 2019 - 2020



The screenshot shows the Open Data Jabar interface with a table of data. The table has columns for ID, kode_provinsi, nama_provinsi, kode_kabupaten_kota, nama_kabupaten_kota, jumlah_cafe, satuan, and tahun. The data rows are as follows:

ID	kode_provinsi	nama_provinsi	kode_kabupaten_kota	nama_kabupaten_kota	jumlah_cafe	satuan	tahun
182	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	952	UNT	2019
204	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	524	UNT	2020
216	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	791	UNT	2021

Sumber: <https://opendata.jabarprov.go.id/>

Salah satu jenis kuliner yang disukai oleh masyarakat Kota Bandung yaitu *European and Western cuisine* yang berupa restoran *steak*. Saat ini, restoran yang menjual hidangan *steak* dapat kita temukan pada berbagai daerah di Kota Bandung. Berdasarkan data dari *Google Trends*, grafik hidangan *steak* yang berada di Kota Bandung cukup stabil popularitasnya.

Gambar 1.2

Data *Google Trends* mengenai hidangan *steak* di Kota Bandung



Sumber: *Google Trends*

Dari sekian banyak restoran *steak* di Kota Bandung, penulis tertarik untuk meneliti Warung *Steak Simantan*. Warung *Steak Simantan* menjual berbagai macam pilihan *steak* dan *pasta* yang lokasinya terletak di Jalan *Lengkong Kecil No. 49*, Kecamatan *Lengkong*, Kota *Bandung*, Jawa Barat. Warung *Steak Simantan* menjual *steak* dan *pasta* dengan harga mulai dari lima puluh ribu rupiah hingga seratus ribu rupiah. Warung *Steak Simantan* ini didirikan pada tahun 2020.

Gambar 1.3

Google Review mengenai Warung Steak Simantan



Sumber: *Google Review*

Gambar 1.4

Google Review mengenai Warung Steak Simantan



Sumber: *Google Review*

Berdasarkan ulasan dari *Google Review*, penulis menemukan cukup banyak ulasan responden mengenai rasa yang kurang enak, tingkat kematangan steak yang tidak sesuai dengan apa yang dipesan, sayurannya yang tidak segar, daging steak yang alot, porsi hidangan yang sedikit, dan masih banyak lagi.

Penulis juga menemukan rating dari PergiKuliner mengenai Warung Steak Simantan yang dimana jumlah *rating*nya yaitu 3,7 secara keseluruhan. Selain itu, penulis ulasan konsumen dari PergiKuliner yang juga mengatakan bahwa tingkat kematangan daging steak tidak sesuai dengan apa yang dipesan oleh konsumen.

Gambar 1.5

Rating dari PergiKuliner



Sumber: PergiKuliner

Gambar 1.6

Ulasan PergiKuliner



Sumber: PergiKuliner

Penulis juga melakukan *preliminary research* berupa wawancara kepada 15 responden yang telah mencoba makan secara langsung di Warung Steak Simantan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, maka peneliti mendapatkan informasi sebagai berikut :

Tabel 1.1 *Preliminary research*

Pertanyaan	Skala Jawaban	Jumlah Responden
Apakah anda memiliki niat untuk membeli ulang <i>steak</i> yang dijual di Warung Steak Simantan?	Sangat berniat membeli ulang	0
	Berniat membeli ulang	3
	Tidak berniat membeli ulang	7
	Sangat tidak berniat membeli ulang	5

Sumber: Hasil olah penulis

Dari 15 responden, diketahui bahwa sebanyak 5 responden sangat tidak berniat untuk membeli ulang, sebanyak 7 orang responden tidak berniat untuk membeli ulang. Dari jawaban responden tersebut, dan sebanyak 3 orang responden ingin berniat membeli ulang. Selanjutnya, penulis kembali menanyakan alasan yang membuat responden tidak berniat untuk membeli ulang *steak* yang dijual di Warung Steak Simantan. Berikut merupakan beberapa alasan responden:

Tabel 1.2

Alasan responden

No.	Alasan	Jumlah Responden
1	Rasa kurang enak (kadang hambar, kadang terlalu asin)	10

2	Daging steak yang <i>overcooked</i> (alot) dan tidak empuk	9
3	Ukuran daging steak yang tidak konsisten (kadang besar, kadang kecil)	8
4	Tingkat kematangan daging tidak sesuai dengan apa yang diminta atau dipesan	10
5	Kadang terdapat bagian daging steak yang belum matang dan gosong	7
6	Saus <i>gravy</i> yang semakin lama semakin sedikit	8
7	Sayuran terasa asam dan pahit, baunya asam atau tidak sedap, warnanya pucat	7
8	Tampilan steak yang kurang rapi	9

Sumber : Hasil olah dari penulis

Berdasarkan tabel hasil *preliminary research* di atas, penulis menemukan bahwa kualitas produk Warung Steak Simantan menjadi sebuah variabel yang mempengaruhi responden terhadap niat beli ulang.

Penulis juga melakukan observasi secara langsung ke Warung Steak Simantan pada tanggal 3 April 2023. Penulis memesan satu *chicken steak* dengan *side dish* sayuran serta bumbu khas Warung Steak Simantan yaitu saus *gravy*.

Gambar 1.7
Suasana restoran



Sumber: Hasil olah penulis

Gambar 1.8
Menu *chicken* steak yang dipesan oleh penulis



Sumber: Hasil olah penulis

Berdasarkan masalah yang ditemukan oleh penulis, maka penulis akan mendalami penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen atas Kualitas

Produk terhadap Niat Beli Ulang Warung Steak Simantan Jalan Lengkong Kota Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi konsumen atas kualitas produk pada Warung Steak Simantan?
2. Bagaimana niat beli ulang konsumen pada Warung Steak Simantan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap niat beli ulang Warung Steak Simantan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen atas kualitas produk pada Warung Steak Simantan
2. Untuk mengetahui niat beli ulang konsumen pada Warung Steak Simantan
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap niat beli ulang Warung Steak Simantan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat membantu Warung Steak Simantan untuk menambah informasi mengenai dimensi kualitas produk terhadap niat beli ulang sebagai masukan untuk memperbaiki dan mengembangkan usaha Warung Steak Simantan kedepannya.

2. Bagi Peneliti

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, penulis dapat memperluas wawasan dan mempelajari langsung teori-teori yang selama ini dipelajari di perkuliahan dengan praktik yang sebenarnya di lapangan.

3. Bagi Pembaca

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan mengenai pengaruh dimensi kualitas produk terhadap niat beli ulang

pada Warung Steak Simantan dan tambahan referensi atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian.

1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler dan Armstrong (2004:354), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk menjadi suatu hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen.

Menurut West, Wood, & Harger (2006), Gaman & Sherrington (1996), dan Jones (2000) yang dikutip oleh Margaretha (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas makanan adalah sebagai berikut:

- a. Warna : Warna dari bahan makanan yang digunakan harus dikombinasikan agar warnanya serasi dan tidak terlihat pucat sehingga selera konsumen dapat meningkat.
- b. Penampilan : Tampilan makanan yang disajikan di piring merupakan hal penting karena lewat tampilan tersebut konsumen dapat melihat apakah makanan tersebut baik atau tidak untuk dikonsumsi.
- c. Porsi : Porsi makanan yang disajikan harus sudah disesuaikan porsi yang seharusnya disajikan atau sesuai *standard portion size*. *Standard portion size* adalah kuantitas makanan yang harus disajikan ketika konsumen memesan makanan tersebut, contohnya yaitu membuat racikan bahan makanan terlebih dahulu.
- d. Bentuk : Bentuk makanan berperan penting dalam daya tarik lewat penglihatan mata, contohnya yaitu bentuk pemotongan makanan yang bermacam-macam, seperti potongan dadu, *slice*, dan sebagainya.
- e. Temperatur : Temperatur makanan yang disajikan harus sesuai dengan selera konsumen yang dimana temperatur ini bisa mempengaruhi rasa pada makanan tersebut, contohnya yaitu rasa asin pada kuah sup akan kurang terasa dibandingkan dengan saat kuah sup masih panas.

f. **Tekstur** : Tekstur makanan terdiri dari beberapa macam, contohnya yaitu halus, kasar, empuk, keras, tipis, tebal, cair, padat, dan sebagainya.

Menurut Hellier, Philip, Geursen, Carr, and Rickard (2003) dalam Prastyaningsih (2014:4) mengatakan bahwa "*repurchase intention is the individual's judgement about buying again a designated service from the same company, taking into account his or her current situation and likely circumstance*". Maka dapat disimpulkan bahwa *repurchase intention* merupakan sebuah keinginan yang timbul dari dalam diri konsumen untuk membeli produk/jasa yang disukainya dan sebelumnya konsumen pernah membelinya berdasarkan hasil evaluasi atas kesesuaian kinerja produk/jasa dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Dari hasil *preliminary research* yang dilakukan, penulis mendapatkan bahwa konsumen memiliki niat beli ulang yang rendah terhadap Warung Steak Simantan.

Gambar 1.9
Model Konseptual



Sumber : Hasil olah dari penulis

1.6 Hipotesis

H : Persepsi atas Kualitas Produk berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen Warung Steak Simantan Jalan Lengkong di Kota Bandung.