

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan
Terhadap Niat Beli Ulang Restoran Baso Malang Karapitan
Cihampelas Walk Bandung**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Shania Juliana

2017120109

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

2024

**The Influence of Service Quality and Food Quality on
Consumer Repurchase Intentions at Baso Malang
Karapitan Restaurant Cihampelas Walk Bandung**



UNDERGRADUATE THESIS

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

By:

Shania Juliana

2017120109

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

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Beli Ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung

Oleh:

Shania Juliana

2017120109

Bandung, 10 Juli 2024

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

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

Pembimbing Skripsi

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA

Ko-Pembimbing Skripsi

Beby Nurtesha Putri, S.E., M.M

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Shania Juliana
Tempat/Tanggal Lahir : Bandarlampung, 10 Juli 1999
Nomor Pokok Mahasiswa : 2017120109
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Beli Ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan:

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA., CPM

Bebby Nurtesha Putri, S.E., M.M.

Adalah benar-benar karya tulis 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 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 cokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapat gelar akademik, profesor, atau vokasi, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal 10 Juli 2024
Pembuat pernyataan:



Shania Juliana

ABSTRAK

Restoran Baso Malang Karapitan adalah restoran yang menjual berbagai macam makanan tradisional Indonesia dengan bakso sebagai menu utamanya. Berdiri sejak tahun 1997, restoran ini memiliki banyak cabang di beberapa kota, termasuk Bandung. Gerai Restoran Baso Malang Karapitan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah gerai yang terletak di Cihampelas Walk Bandung. Meskipun restoran berlokasi di dalam *mall*, seringkali restoran terlihat sepi saat konsumen berlalu-lalang melewati restoran. Berdasarkan hasil *preliminary research* berupa wawancara kepada 27 narasumber yang merupakan konsumen yang pernah membeli di Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung, didapatkan bahwa konsumen cenderung mengeluh mengenai kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang diberikan Restoran Baso Malang Karapitan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap niat beli ulang di Restoran Baso Malang Karapitan. Teknik pengambilan sampel adalah *judgement sampling* dengan kriteria bahwa responden pernah mengunjungi Restoran Baso Malang Karapitan di Cihampelas Walk Bandung. Sebanyak 114 responden didapatkan untuk hasil penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksplanatif dan data akan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas makanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang dengan nilai kontribusi sebesar 71,4%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, konsumen masih memiliki persepsi buruk pada *responsiveness* dan *empathy* untuk variabel kualitas pelayanan dan persepsi buruk pada porsi untuk variabel kualitas makanan. Saran yang dapat diajukan untuk Restoran Baso Malang Karapitan supaya restoran dapat meningkatkan jumlah konsumen yang berkunjung adalah dengan memberikan *training* kepada karyawan dan memasak makanan menggunakan buku resep yang sesuai dengan SOP restoran. Untuk peningkatan niat beli ulang, restoran dapat memberikan *voucher* diskon yang dapat dipakai di transaksi selanjutnya, memberikan diskon untuk konsumen yang memberikan *online review*, dan memasang *X banner* dengan menampilkan menu paket hemat atau menu tertentu dengan harga spesial agar konsumen yang lewat tertarik untuk mencoba menu tersebut.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kualitas makanan, niat beli ulang

ABSTRACT

Baso Malang Karapitan Restaurant is a restaurant that sells various traditional Indonesian foods with meatballs as its main menu. Founded in 1997, the restaurant has many branches in several cities, including Bandung. The Baso Malang Karapitan Restaurant outlet that was the object of this study is the outlet located on Cihampelas Walk Bandung. Although the restaurant is located inside the mall, it often looks deserted as consumers pass through the restaurant. Based on the preliminary research results in the form of interviews to 27 informants who were consumers who had purchased at Baso Malang Restaurant Karapitan Cihampelas Walk Bandung, it was found that consumers tend to complain about the quality of service and the quality of food provided by Baso Malang Karapitan Restaurant.

This research aims to see the effect of service quality and food quality on repurchase intentions at Baso Malang Karapitan Restaurant. The sampling technique is a judgment sampling with the criteria that respondents have visited Baso Malang Karapitan Restaurant in Cihampelas Walk Bandung. A total of 114 respondents were obtained for the results of this study. The research method used is an exploitative method and the data will be analyzed using multiple linear regression analysis.

Research results show that service quality and food quality have a positive effect on repurchase intentions with a contribution value of 71.4%. Based on the descriptive analysis results, consumers still have a bad perception of responsiveness and a fourth for service quality variables and a bad perception on portions for food quality variables. The suggestion that can be submitted for Baso Malang Karapitan Restaurant so that the restaurant can increase the number of consumers who visit is by providing training to employees and cooking food using a recipe book in accordance with the SOP of the restaurant. For increased repurchase intentions, restaurants can provide discount vouchers that can be used in subsequent transactions, provide discounts to consumers who give online reviews, and install X banners by displaying selected menus at a special price so that pass-by consumers are interested in trying the menu.

Keywords: *service quality, food quality, repurchase intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat kasih-Nya yang membantu penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Beli Ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung”. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam proses penyusunan skripsi, penulis mendapat bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu penulis yang selalu mendoakan dan mendorong penulis untuk tidak patah semangat dalam menyelesaikan skripsi.
2. Keluarga Kebon Pisang, selaku keluarga yang selalu memberikan semangat dan masukan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Ibu Istiharini, S.E., M.M., CMA., CPM, selaku dosen pembimbing penulis dan Ibu Beby Nurtesha Putri, S.E., M.M., selaku dosen ko-pembimbing penulis yang memberikan masukan dan arahan dengan baik dan jelas selama proses bimbingan.
4. Ibu Natalia Christi, S.T., M.A.B., selaku dosen wali penulis yang membantu penulis dalam proses pemilihan mata kuliah di setiap semester, serta memberikan motivasi agar penulis dapat mengerjakan skripsi dengan baik.
5. Ibu Katlea Fitriani S.T., M.S.M, CIPM, selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh dosen pengajar, staf, dan prakarya yang bertugas dan berperan dalam membantu penulis menyelesaikan perkuliahan.
7. Teman-teman dekat penulis, yaitu Stella, Selly, Yolanda, Yossi, Felice, Tania, dan Indah yang menemani dan memberikan masukan pada penulis selama proses penyusunan skripsi.
8. Paket Sepuluh, sebagai teman-teman penulis semasa SMA yang memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas arahan dan bantuan yang diberikan.

Penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, maka penulis meminta maaf apabila ada kesalahan kata. Penulis menerima kritik dan saran yang berhubungan dengan penelitian ini agar penyusunan skripsi dapat dirangkai menjadi lebih baik. Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk para pembaca dan memberi manfaat bagi penelitian selanjutnya.

Bandung, 10 Juli 2024

Shania Juliana

Daftar Isi	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Penelitian	10
1.6 Hipotesis Penelitian.....	12
BAB 2 Tinjauan Pustaka	13
2.1 Kualitas Pelayanan	13
2.2 Kualitas Makanan.....	22
2.3 Niat Beli Ulang	28
BAB 3 Metode dan Objek Penelitian	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.1.1 Jenis Penelitian	32
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.1.3 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	34
3.3 Pengukuran Variabel.....	39
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.4.1 Uji Validitas	40
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.5 Teknik Analisa Data.....	41
3.5.1 Uji Normalitas	42
3.5.2 Uji Multikolinearitas	42
3.6 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.6.1 Uji t.....	43

3.6.2	Koefisien Determinasi	43
3.7	Objek Penelitian	44
3.8	Profil Responden	44
BAB 4	Hasil dan Pembahasan	48
4.1	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung	48
4.2	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Makanan Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung	53
4.3	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung	56
4.4	Analisis Hasil Uji Asumsi Klasik	57
6.4.1	Uji Normalitas	57
4.4.2	Uji Multikolinearitas	58
6.4.2	Uji Heteroskedastisitas	59
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.5.1	Uji t	60
4.5.2	Model Regresi Penelitian	61
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi	62
BAB 5	Kesimpulan dan Saran	63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	64
LAMPIRAN	66
DAFTAR PUSTAKA	75
RIWAYAT HIDUP	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Observasi Kunjungan ke Baso Malang Karapitan	5
Tabel 1. 2 Hasil Preliminary Research.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Pelayanan.....	14
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Makanan.....	23
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Variabel Niat Beli Ulang	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	35
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 3. 4 Jenis Kelamin dan Usia Responden	45
Tabel 3. 5 Pengeluaran Responden untuk Makan di Luar Selama Satu Bulan	45
Tabel 3. 6 Frekuensi Responden Makan di Luar Dalam Kurun Waktu Tertentu.....	46
Tabel 3. 7 Kunjungan ke Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung	47
Tabel 4. 1 Hasil Variabel Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 4. 2 Hasil Variabel Kualitas Makanan	53
Tabel 4. 3 Hasil Variabel Niat Beli Ulang	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pencarian Kata "Bakso" dan "Baso Malang"	2
Gambar 1. 2 Letak Restoran Baso Malang Karapitan di Cihampelas Walk Bandung.....	3
Gambar 1. 3 Ulasan Baso Malang Karapitan di Pergikuliner	4
Gambar 1. 4 Ulasan Konsumen di Google.....	5
Gambar 1. 5 Observasi Penulis di Restoran Baso Malang Karapitan	6
Gambar 1. 6 Model Konseptual	12
Gambar 4. 1 Area Makan di Bagian Dalam dan Luar Restoran Baso Malang Karapitan.....	52
Gambar 4. 2 Histogram	57
Gambar 4. 3 Normal p-plot	58
Gambar 4. 4 Uji multikolinearitas.....	58
Gambar 4. 5 Uji heteroskedastisitas	59
Gambar 4. 6 Scatterplot.....	59
Gambar 4. 7 Uji t.....	61
Gambar 4. 8 Uji Koefisien Determinasi.....	62

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner adalah salah satu peluang bisnis yang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari manusia, karena makanan dan minuman, atau dapat disebut dengan pangan, merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus terpenuhi. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, industri kuliner menempati posisi ke-4 dengan persentase pertumbuhan usaha sebesar 7,89% pada periode kuartal IV tahun yang sama, dengan ketiga posisi tertinggi secara berturut-turut adalah transportasi dan pergudangan; jasa lainnya; dan pengadaan listrik dan gas (Taufani, 2024). Kemudian dikutip dari Liputan6, menurut data proyeksi Bank Dunia Tahun 2023, ekonomi Indonesia diperkirakan akan tumbuh lebih dari 0,1% per tahun hingga tiga tahun ke depan. UMKM juga diprediksi akan mencapai 83,3 juta pelaku usaha pada tahun 2034 (Deny, 2024).

Bandung merupakan salah satu kota yang sering dikunjungi masyarakat lokal, terutama pada saat liburan. Data BPS menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisata untuk periode Januari-Juni 2023 mencapai 433,57 juta perjalanan, naik 12,57% dari periode yang sama tahun sebelumnya. Untuk wisatawan domestik, tujuan wisata mereka adalah Pulau Jawa dengan persentase sebesar 74,33%. Jawa Barat menempati posisi kedua dengan total 17,40%, dengan Bandung sebagai kota yang paling sering dikunjungi sebanyak 10,25 juta perjalanan (2023). Menurut hasil survei Populix terhadap 2.568 responden, Bandung juga menduduki peringkat kedua untuk destinasi kota pada liburan akhir tahun 2023, dengan 19,86% responden memilih kota tersebut (Mustajab, 2023). Adapun tujuan masyarakat Indonesia sering berlibur ke kota lain untuk pergi ke tempat wisata, membeli pakaian, atau mencoba berbagai macam makanan khas kota tersebut.

Salah satu makanan yang dapat dinikmati oleh sebagian besar kalangan konsumen adalah bakso. Dengan harga dan jenis yang bervariasi, bakso dapat dikonsumsi kapan saja saat makan siang, sarapan, atau pengganti cemilan di sore hari. Bakso juga dapat ditemui di mana saja, dari penjual yang menggunakan gerobak keliling hingga restoran di *mall*. Salah satu nama restoran dengan bakso sebagai menu utamanya adalah Baso Malang Karapitan (BMK). Dikutip dari situs *web* PT Champ Resto Indonesia Tbk, Baso Malang Karapitan yang berdiri pada tahun 1997 menyajikan berbagai variasi bakso, kemudian menambah menu seperti bakmi, nasi, dan soto. Pada

tahun 2019, BMK membuat inovasi baru dengan nama Baso Mie Kopi yang menggunakan konsep kedai makan dengan menyajikan makanan cepat saji. Menu yang ditawarkan Baso Mie Kopi tidak jauh berbeda dari Baso Malang Karapitan pada umumnya, namun Baso Mie Kopi menghadirkan menu kopi dan pilihan menu lain yang lebih praktis (Kunjana, 2019). Hingga saat ini, gerai Baso Mie Karapitan tersedia di 4 kota termasuk Bandung dan gerai Baso Mie Kopi tersebar di 6 kota termasuk Bandung.

Data frekuensi pencarian kata “bakso” dan “Baso Malang” di Indonesia selama setahun ke belakang menggunakan Google Trends menunjukkan bahwa kata “bakso” sering dicari dengan angka rata-rata sebesar 63. Sedangkan untuk kata “Baso Malang”, tidak ada pencarian sama sekali mengenai kata ini dalam setahun terakhir.

Gambar 1. 1 Pencarian Kata "Bakso" dan "Baso Malang"



Sumber: Google Trends (diakses tanggal 26 Maret 2024)

Di Kota Bandung, terdapat 1 Restoran Baso Malang Karapitan yang terletak di Jalan Cihampelas. Gerai ini berlokasi di sebuah *mall* bernama Cihampelas Walk Mall dan terletak tepat di sebelah jalan *skywalk*. Akan tetapi, konsumen yang berlalu lalang seringkali hanya melintasi *skywalk* tersebut untuk menuju ke gedung lain *mall* dibandingkan makan di Restoran Baso Malang Karapitan, sehingga hampir seluruh meja masih kosong dan kerap terlihat sepi ketika konsumen melewati restoran tersebut.

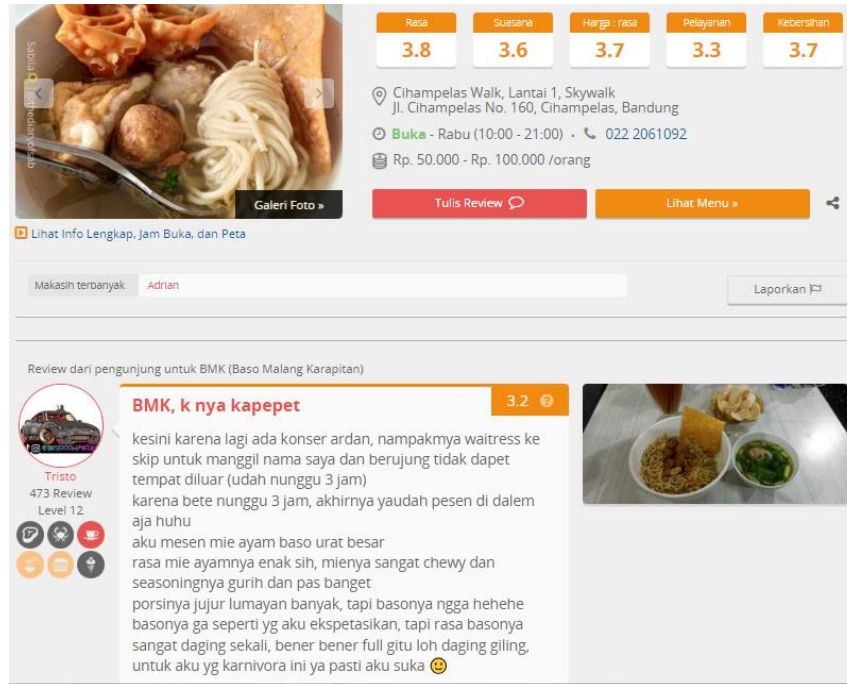
Gambar 1. 2 Letak Restoran Baso Malang Karapitan di Cihampelas Walk Bandung



Sumber: ciwalk.com

Situs *web* kuliner yang dilengkapi dengan penilaian makanan dari konsumen, Pergikuliner, memperlihatkan *rating* Baso Malang Karapitan secara keseluruhan sebesar 3.6, dengan nilai terendah berada pada aspek pelayanan, yaitu 3.3. Dalam setahun terakhir, terdapat satu ulasan yang ditulis konsumen di bulan September 2023 dengan *rating* sebesar 3.2. Alasan konsumen tersebut memberikan nilai itu karena harus menunggu mendapatkan tempat duduk di bagian luar dalam waktu yang cukup lama.

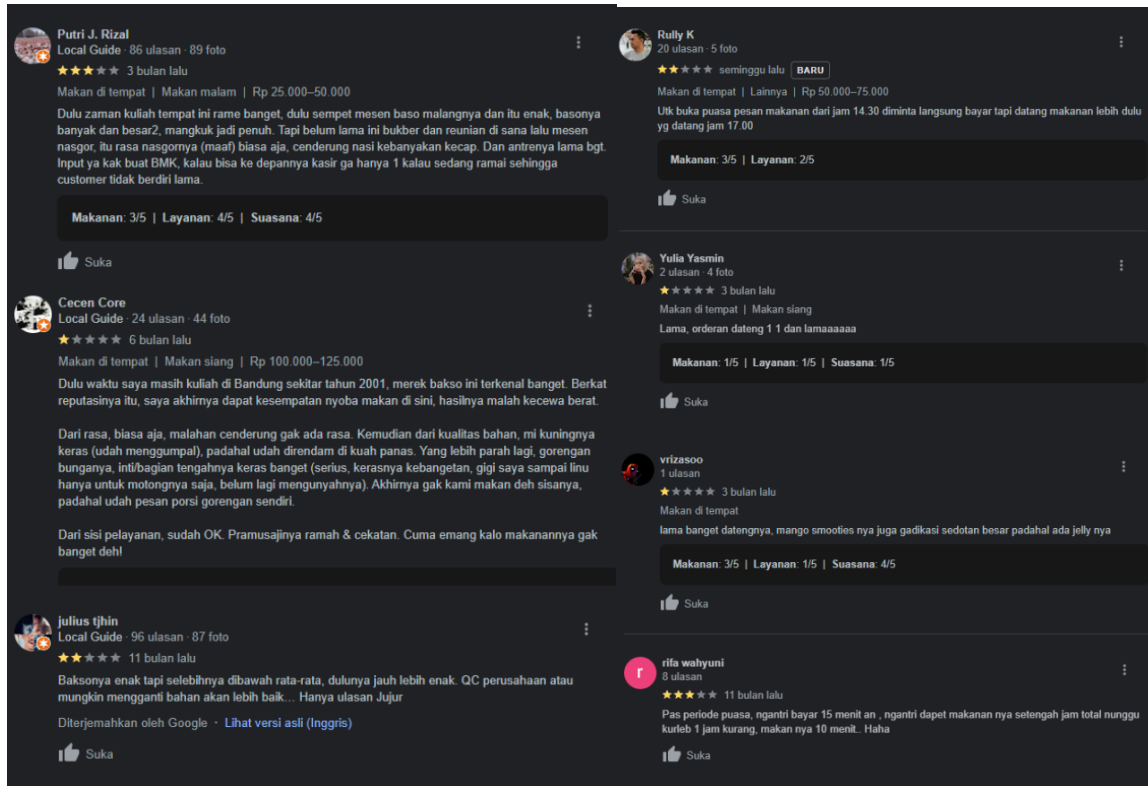
Gambar 1. 3 Ulasan Baso Malang Karapitan di Pergikuliner



Sumber: pergikuliner.com

Rating restoran di Google juga menunjukkan rata-rata penilaian dari konsumen sebesar 3.7. Dalam setahun terakhir, terdapat 16 ulasan yang ditulis konsumen, 12 di antaranya memberikan nilai kurang dari 3. Sebanyak 4 konsumen memberikan ulasan negatif mengenai makanan yang dipesan karena rasa yang tidak enak, kuah bakso yang tidak berasa, dan mie dan gorengan yang keras. Delapan konsumen lainnya mengeluhkan pelayanan *staff* restoran karena harus menunggu makanan dalam waktu yang cukup lama dan mengantri untuk melakukan pembayaran. Adapun satu konsumen berpendapat bahwa suasana restoran terasa seperti tempat yang sudah lama ditinggalkan karena restoran sering terlihat sepi konsumen.

Gambar 1. 4 Ulasan Konsumen di Google



Sumber: Google

Observasi Restoran Baso Malang Karapitan dilakukan pada 7 tanggal yang berbeda dengan waktu kunjungan selama satu hingga satu setengah jam. Pada hari biasa dan saat jam makan siang, restoran terlihat sangat sepi konsumen dengan kurang dari 10 meja yang terisi, sekitar 20% dari kapasitas maksimal. Sebaliknya, pada saat jam makan malam, terdapat lebih banyak konsumen yang makan di tempat sehingga hampir semua meja sudah terisi. Hasil observasi lebih lengkap dapat dilihat di Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Observasi Kunjungan ke Baso Malang Karapitan

Tanggal Kunjungan	Waktu Kunjungan	Jumlah Meja yang Terisi
14/3/24	13.30-15.00	6/39
21/3/24	13.30-15.00	6/39

24/3/24	19.00-20.00	17/39
8/4/24	18.00-19.00	32/39
12/5/24	12.00-13.00	10/39
13/5/24	12.00-13.00	2/39
18/5/24	18.00-19.00	8/39

Sumber: Hasil olahan penulis

Gambar 1. 5 Observasi Penulis di Restoran Baso Malang Karapitan



Sumber: Hasil olahan penulis

Dari hasil kunjungan ke Restoran Baso Malang Karapitan di siang hari, staf restoran melayani konsumen dengan cepat begitu konsumen memasuki dan memilih meja makan di dalam restoran. Antrian untuk membayar di kasir tidak panjang jika restoran sedang tidak memiliki banyak konsumen yang makan di tempat. Staf restoran juga sesekali mempromosikan restoran agar konsumen yang berlalu lalang tertarik untuk datang dan makan. Meja-meja di bagian luar restoran dibersihkan secara berkala sekalipun meja-meja tersebut tidak habis digunakan oleh konsumen.

Observasi juga dilakukan pada malam hari, dan terdapat lebih banyak konsumen yang memilih Restoran Baso Malang Karapitan untuk berbuka puasa bersama keluarga. Dikarenakan jumlah staf restoran yang tidak terlalu banyak, pelayanan dan penyajian pesanan cenderung menjadi lebih lama dari yang diperkirakan. Pada hari keempat observasi, kapasitas maksimal meja sudah hampir terisi penuh, dengan beberapa meja yang sudah diberikan tanda reservasi. Karena

situasi restoran yang sedang ramai, staf restoran terlihat kerepotan untuk melayani konsumen yang baru datang.

Observasi dilakukan kembali setelah melewati bulan puasa untuk melihat apakah jumlah konsumen yang berkunjung kurang lebih sama seperti pada saat bulan puasa. Pada siang hari di akhir pekan, terdapat sebanyak 10 konsumen yang datang untuk makan di tempat. Sebaliknya, pada siang hari di hari kerja, hanya ada 2 konsumen yang datang dan makan di restoran, meskipun observasi sama-sama dilakukan selama 1 jam. Di akhir pekan pada malam hari, Restoran Baso Malang Karapitan tidak terlihat ramai karena hanya terdapat 8 konsumen yang makan selama observasi 1 jam.

Untuk memperkuat data, *preliminary research* dilakukan guna melihat tingkat ketertarikan konsumen untuk mengunjungi dan makan kembali di Restoran Baso Malang Karapitan. Sebanyak 27 konsumen yang pernah makan di Restoran Baso Malang Karapitan menjadi narasumber *preliminary research*, 10 dari mereka menjawab tidak berniat untuk makan kembali di restoran tersebut, 10 lainnya menjawab mungkin berniat atau tidak berniat untuk makan kembali, dan 7 narasumber menjawab mereka akan makan kembali di Restoran Baso Malang Karapitan.

Tabel 1. 2 Hasil *Preliminary Research*

Tingkat Kepastian Konsumen untuk Membeli Ulang di Restoran Baso Malang Karapitan	Tidak akan membeli ulang	10 responden
	Mungkin ya, mungkin tidak	10 responden
	Akan membeli ulang	7 responden
Alasan Responden Tidak Akan Membeli Ulang	Makan diantar lama	3
	Racikan bumbu tidak pas	2
	Jus buah bukan dari buah asli	1
	Kuah bakso terlalu asin	2
	Kuah bakso kurang panas	1
	Daging bakso agak keras	2
	Porsi makanan kecil	2
	Banyak lalat di meja makan	1
	Pelayanan staf lama	5

	Staf tidak ramah	1
	Restoran kurang bersih	4
	Staf tidak mengetahui ada promo makanan	1
	Ada menu yang tidak diinput	1

Sumber: Hasil olahan penulis

Dari hasil *preliminary research*, alasan-alasan narasumber di Tabel 1.1 menyimpulkan bahwa ada penyimpangan yang terjadi di Restoran Baso Malang Karapitan dalam aspek kualitas pelayanan dan kualitas makanan. Menurut Margareta dan Edwin (2012, dalam Ravella, 2021), kualitas makanan merupakan peranan penting dalam dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Kualitas pelayanan berdasarkan pendapat Soekotjo (2017, dalam Astaginy, 2023) merupakan bentuk kompatibilitas antara layanan yang disediakan oleh perusahaan dan tingkat harapan yang diinginkan oleh konsumen.

Berdasarkan uraian mengenai data-data yang telah dikumpulkan, penelitian ini akan diteliti lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Beli Ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa rumusan masalah untuk penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas makanan Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung?
3. Bagaimana persepsi konsumen terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung?
4. Bagaimana analisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung?

5. Bagaimana analisis pengaruh kualitas makanan secara parsial terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung?
6. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan secara simultan terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan:

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung.
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas makanan Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung.
3. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung.
4. Untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung.
5. Untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas makanan secara parsial terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung.
6. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Restoran Baso Malang Karapitan
Penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk restoran dalam meningkatkan jumlah konsumen yang datang, serta melakukan evaluasi terhadap beberapa aspek, khususnya pada kualitas makanan dan kualitas pelayanan.
2. Penulis
Penelitian ini dapat memperluas wawasan pengetahuan penulis, terlebih pada pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang konsumen, sebagaimana

dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjaga dan mempertahankan konsumen agar mereka mau melakukan pembelian ulang.

3. Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan referensi yang diterapkan oleh para pembaca dan diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang relevan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Kerangka Penelitian

Restoran Baso Malang Karapitan merupakan restoran yang menyediakan berbagai varian menu tradisional Indonesia dan sudah berdiri sejak tahun 1997. Menurut Barrows, Powers, dan Reynolds (2012), kata restoran berasal dari bahasa Perancis *restaurer*, yang berarti pemulih energi (*restorer of energy*). Kata tersebut digunakan pada awal hingga pertengahan tahun 1700 untuk mendeskripsikan tempat umum yang menawarkan sup dan roti. Pada saat ini, setiap tempat umum yang berspesialisasi dalam menjual makanan yang telah disajikan untuk konsumsi baik di dalam maupun di luar lokasi dapat disebut sebagai restoran. Sedangkan pengertian restoran menurut Ninemeir dan Hayes (2011, dalam Nurjannah dan Shoyfi, 2021) adalah operasi layanan makanan untuk keuntungan yang bisnis utamanya melibatkan penjualan produk makanan atau minuman kepada individu dan tamu dalam jumlah kecil.

Dalam menjalankan usaha, evaluasi kinerja perlu dilakukan secara berkala untuk mengetahui aspek apa saja yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan. Adapun salah satu aspek yang penting bagi Restoran Baso Malang Karapitan adalah kualitas makanan. Menurut Potter dan Hotchkiss (2012), kualitas makanan mencakup hal-hal seperti rasa, penampilan, dan kandungan gizi. Pada umumnya, produsen makanan dapat mencapai harga yang lebih tinggi atau dapat menjual lebih banyak produk dengan kualitas yang unggul. Kualitas makanan yang dapat terdeteksi oleh kelima indra dibagi menjadi 3 kategori, yaitu faktor penampilan, faktor tekstur, dan faktor rasa. Faktor penampilan terdiri dari ukuran, bentuk, keutuhan, berbagai bentuk kecacatan, kilap permukaan, transparansi, warna, dan konsistensi. Faktor tekstur mencakup apa yang dirasakan tangan dan mulut mengenai makanan yang keras, empuk, segar, mudah dikunyah, dan apabila memiliki benda asing di dalamnya. Tekstur makanan menjadi penentu utama bagaimana seseorang menyukai makanan. Untuk faktor rasa, ada lidah yang dapat mempersepsikan sensasi berupa manis, asin, asam, dan pahit, sedangkan hidung dapat mempersepsikan aroma.

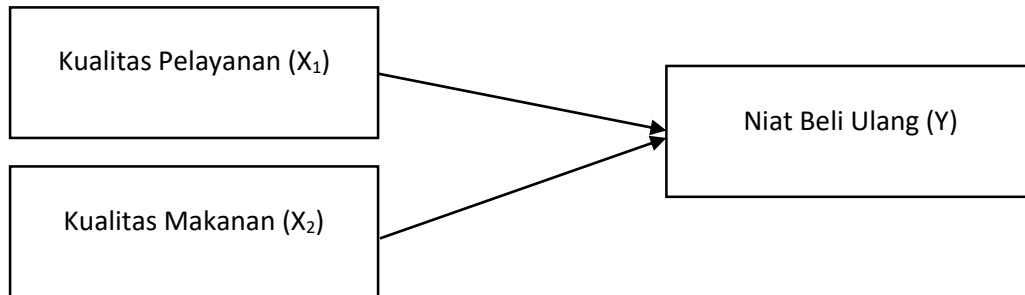
Aspek lain yang bernilai bagi Restoran Baso Malang Karapitan adalah kualitas pelayanan. Kurniasari dan Sugiyanto (2020) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Menurut Sianipar (2000, dalam Sari, 2023), kualitas pelayanan merupakan cara melayani, membantu, menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan dan kebutuhan konsumen secara individu dan berkelompok yang sesuai dengan harapan atau melebihi harapan konsumen. Kualitas pelayanan harus diawali dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan sudut pandang dan persepsi konsumen. Menurut Parasuraman *et al* (2013, dalam Tenti, 2019), kualitas pelayanan memiliki lima indikator yang dapat diukur, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Ketika ekspektasi konsumen akan suatu produk atau jasa terpenuhi, ada kemungkinan besar konsumen tersebut akan datang kembali untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang sama. Sebaliknya, apabila konsumen merasa tidak puas terhadap produk atau jasa tertentu, mereka akan mengajukan keluhan terhadap perusahaan yang bersangkutan, berhenti membeli produk atau jasa tersebut, dan memberitahukan kepada kerabatnya untuk tidak membelinya (Kotler dan Keller, 2016). Hal ini disebut sebagai niat beli ulang, yang merupakan bagian dari perilaku pembelian konsumen di mana kesesuaian antara performa dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan menghasilkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya lagi di masa akan mendatang (Masarianti, 2019, dalam Rinaldi, 2024). Ada empat indikator niat beli ulang menurut Ferdinand (2002, dalam Alodia, 2021), di antara lain niat transaksional, niat referensial, niat preferensial, dan niat eksploratif.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, Montana (2022) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang, di mana dikatakan dengan semakin baik pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi niat beli ulang pada suatu objek. Penelitian mengenai niat beli ulang juga dilakukan oleh Repi (2023) dengan salah satu variabel yang digunakan adalah kualitas makanan, dan hasilnya dinyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang. Oleh karena itu, hipotesis yang digunakan untuk penelitian ini akan menggunakan hipotesis *one-tail* dengan berfokus ke arah positif.

Berikut adalah model kerangka konseptual yang dibuat berdasarkan uraian kerangka pemikiran:

Gambar 1. 6 Model Konseptual



Sumber: Hasil olahan penulis

1.6 Hipotesis Penelitian

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang di Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung.

H₂: Kualitas makanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang di Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung.