

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN HARGA  
TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA WARUNG  
SATE SIDAREJA PAK GINO DI JALAN SUNDA  
BANDUNG**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**William Tjandra Wijaya**

**6032001034**

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

**Terakreditasi oleh LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023**

**BANDUNG**

**2024**

***THE INFLUENCE OF FOOD QUALITY AND PRICE ON  
REPURCHASE INTENTION AT WARUNG SATE  
SIDAREJA PAK GINO ON SUNDA ROAD BANDUNG***



***UNDERGRADUATE THESIS***

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

***By:***

**William Tjandra Wijaya**

**6032001034**

***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**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN HARGA TERHADAP NIAT**  
**BELI ULANG PADA WARUNG SATE SIDAREJA PAK GINO**  
**DI JALAN SUNDA BANDUNG**

Oleh

William Tjandra Wijaya  
6032001034

Bandung, Juli 2024

Ketua Program Sarjana Manajemen,

**Katlea Fitriani, ST., MSM., CIPM.**

Pembimbing Skripsi,

**Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng., CMA., CPM.**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : William Tjandra Wijaya  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 10 Januari 2002  
NPM : 6032001034  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA WARUNG SATE SIDAREJA PAK GINO DI JALAN SUNDA BANDUNG**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

**Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng., CMA., CPM**

#### **MENYATAKAN**

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 unggap 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 kesarjanaan.

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 :29 Juli 2024  
Pembuat pernyataan : William  
Tjandra Wijaya



(William Tjandra Wijaya)

## ABSTRAK

**Pendahuluan** - Warung Sate Sidareja Pak Gino adalah tempat makan atau restoran sate yang berasal dari Indonesia dan sudah berdiri sejak 1979 dengan cabang pertamanya berada pada jalan sunda no 76, Bandung. Pada saat pembukaan Warung Sate Sidareja Pak Gino di jalan sunda no 76 selalu ramai oleh pengunjung. Namun saat ini pengunjung pada Warung Sate Sidareja Pak Gino sudah mulai mengalami penurunan. Maka dari itu penulis melakukan *preliminary research* dengan melakukan wawancara kepada 27 responden dan mendapatkan hasil 23 responden tidak berniat untuk membeli ulang di Warung Sate Sidareja Pak Gino. Faktor yang menjadi alasan konsumen tidak berniat untuk membeli ulang di Warung Sate Sidareja Pak Gino adalah karena daging yang keras, harga mahal, bumbu kurang berasa, dan daging dingin. Dengan alasan tersebut, Maka penulis menilai terdapat masalah pada Kualitas Makanan dan Harga dari Warung Sate Sidareja Pak Gino yang membuat niat beli ulang konsumen menjadi rendah.

**Tujuan** - Penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya pengaruh antara kualitas makanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap niat beli ulang ( $Y$ ) Warung Sate Sidareja Pak Gino

**Metode Penelitian** - Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan *explanatory research* yang mana memberikan penjelasan terkait hubungan antar variabel serta menggambarkan masalah yang sedang terjadi. Dasar penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengambil sampel sebanyak 200 responden dengan kriteria: penggemar sate, pernah membeli dan mencoba sate di Warung Sate Sidareja Pak Gino. Data diperoleh dengan observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda.

**Hasil** - Hasil uji regresi linear yang didapat dengan menggunakan alat bantu IBM SPSS 29 adalah kualitas makanan ( $X_1$ ) dan persepsi harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap niat beli ulang ( $Y$ ) Warung Sate Sidareja Pak Gino. Hasil koefisien determinasi Warung Sate Sidareja Pak Gino adalah terdapat kontribusi kualitas makanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) dengan total 80.9%. Berdasarkan persamaan regresi linear berganda yang dimiliki Warung Sate Sidareja Pak Gino didapatkan bahwa variabel Niat Beli Ulang ( $Y$ ) dapat dijelaskan oleh Kualitas Makanan ( $X_1$ ) sebesar 0.130 dan persepsi Harga ( $X_2$ ) sebesar 0.565.

**Kata Kunci:** Warung Sate Sidareja Pak Gino, sate kambing, kualitas makanan, harga, niat beli ulang, analisis linear berganda.

## ABSTRACT

**Introduction** - Warung Sate Sidareja Pak Gino is a satay restaurant from Indonesia, established in 1979, with its first branch located at 76 Sunda Street, Bandung. During the opening of Warung Sate Sidareja Pak Gino on Sunda Street, the place was always crowded with visitors. However, recently, the number of visitors at Warung Sate Sidareja Pak Gino has started to decrease. Therefore, the author conducted preliminary research by interviewing 27 respondents and found that 23 respondents who had no intention of repurchasing at Warung Sate Sidareja Pak Gino. The factors are because the lack of interest in repurchasing at Warung Sate Sidareja Pak Gino were tough meat, high prices, lack of flavor in the seasoning, and cold meat. These reasons indicate issues with the food quality and pricing at Warung Sate Sidareja Pak Gino, leading to a low repurchase intention among consumers.

**Objective** - this study aims to examine the influence of food quality ( $X_1$ ) and price ( $X_2$ ) on the repurchase intention ( $Y$ ) at Warung Sate Sidareja Pak Gino.

**Research Method** - this study employs descriptive and explanatory research methods, which explain the relationships between variables and describe the current problems. The research uses a quantitative approach, sampling 200 respondents who are satay enthusiasts and have purchased and tried the satay at Warung Sate Sidareja Pak Gino. Data was collected through observation, interviews, and questionnaires. The study uses descriptive analysis techniques, classical assumption tests, and multiple linear regression tests.

**Results** - the results of the linear regression test, using IBM SPSS 29, show that food quality ( $X_1$ ) and price perception ( $X_2$ ) have a simultaneous effect on repurchase intention ( $Y$ ) at Warung Sate Sidareja Pak Gino. The coefficient of determination for Warung Sate Sidareja Pak Gino indicates that food quality ( $X_1$ ) and price ( $X_2$ ) contribute a total of 80.9%. Based on the multiple linear regression equation for Warung Sate Sidareja Pak Gino, it was found that the repurchase intention variable ( $Y$ ) can be explained by food quality ( $X_1$ ) at 0.130 and price perception ( $X_2$ ) at 0.565.

**Keywords:** Warung Sate Sidareja Pak Gino, goat satay, food quality, price, repurchase intention, multiple linear analysis

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Pada Warung Sate Sidareja Pak Gino Di Jalan Sunda Bandung”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata-1 Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan, karenanya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu selama proses pengerjaan skripsi, baik saat pelaksanaan penelitian maupun dalam penyusunan laporan ini kepada:

1. Keluarga penulis: Papa, Mama, Cici, dan Ko Abe yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, memberikan dukungan, memotivasi, memberikan waktu dan tenaga untuk penulis demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Bapak Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng., CMA., CPM. selaku dosen pembimbing yang sangat penulis hormati. Terimakasih atas didikan, ilmu, motivasi, serta semangat yang telah Bapak berikan selama proses membimbing skripsi hingga selesai.
3. Ibu Katlea Fitriani, ST., MSM., CIPM. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang sangat penulis hormati. Terimakasih atas semangat dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Bapa Chris Petra Agung, S.Ak., M.Sc. dan Bu Inge Barlian Dra., Ak., M.Sc. selaku wali dosen penulis. Terimakasih atas dukungan serta motivasi, masukan, dan perhatian yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Parahyangan.
5. Seluruh dosen yang mengajar di Universitas Katolik Parahyangan yang sudah berjasa dalam memberikan ilmu yang sangat berguna untuk di kemudian hari, terimakasih atas perhatian, semangat, hiburan dan dukungan

yang tiada hentinya sehingga penulis bisa menyelesaikan seluruh kegiatan di kampus ini tanpa beban.

6. Rekan kelas skripsi, Erick Jonathan, Bryant Joseph, Ardi Trubus, Taqi Basil, dan Roberto Samuel yang telah berjuang bersama dan saling membantu satu sama lain apabila terjadi kesulitan dalam mengerjakan tugas akhir ini.
7. Rekan SMA, Daniel, John, Ray, Maxi, Gio, Revi, Nevan, Krisna, dan Ryan yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi.
8. Rekan Kuliah, Joseph, William At, Verdio, Valdi, Rizky, Abi, dan teman kuliah yang telah membantu, mendukung, dan menyemangati dalam proses pembuatan skripsi
9. Ketapang Team, Om Edri yang telah mendukung dan menyemangati dalam proses pembuatan dan penyusunan skripsi.
10. Keluarga besar Then yang telah membantu dalam dukungan dengan menyemangati dan mendukung pada saat pembuatan dan penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis berharap agar hasil penelitian ini kedepannya dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini dan kepada siapapun yang membacanya.

Bandung, 29 Juli 2024



William Tjandra Wijaya



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	17
1.3 Tujuan Penelitian .....	17
1.4 Manfaat Penelitian .....	18
1.5 Kerangka Pemikiran.....	18
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>22</b>
2.1 Persepsi Kualitas Makanan .....	22
2.2 Persepsi Konsumen .....	27
2.3 Harga.....	28
2.4 Niat Beli Ulang .....	33
2.5 Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Niat Beli Ulang .....	38
2.6 Pengaruh Harga terhadap Niat Beli Ulang.....	41
<b>BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	45
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3 Populasi dan Sampel .....	46
3.4 Operasionalisasi Variabel .....	46
3.4.1 Variabel Independen (X).....	47
3.4.2 Variabel Dependen (Y) .....	50
3.5 Pengukuran Variabel.....	51
3.6 Uji validitas dan Reliabilitas .....	52
3.6.1 Uji Validitas .....	52
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	57
3.7.2 Analisis Data Secara Kuantitatif .....	58
3.7.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
3.8 Objek Penelitian .....	63
3.8.1 Profil Perusahaan .....	63
3.8.2 Profil Responden.....	64
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>75</b>
4.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	75
4.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Makanan X <sub>1</sub> .....	75

4.1.1.1 Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi Tekstur .....	76
4.1.1.2 Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi Variasi .....	78
4.1.1.3 Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi Rasa.....	80
4.1.1.5 Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi Suhu .....	91
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga $X_2$ .....	94
4.1.3 Analisis Persepsi Responden pada Dimensi Niat Beli Ulang .....	101
4.2. Analisis Kuantitatif Variabel Penelitian .....	106
4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda Warung Sate Sidareja Pak Gino..	107
4.2.1.1 Uji Asumsi Klasik Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	107
4.2.1.1.1 Uji Normalitas Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	107
4.2.1.1.2 Uji Multikolinearitas Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	109
4.2.1.1.3 Uji Heteroskedastisitas Warung Sate Sidareja Pak Gino.....	110
4.2.1.2 Uji Linear Berganda ( <i>Stepwise Method</i> ) .....	111
4.2.1.2.1 Uji Koefisien Determinasi $R^2$ Warung Sate Pak Gino.....	112
4.2.1.2.2 Uji F (Uji Statistik F) .....	113
4.2.2.2.3 Uji t Warung Sate Sidareja Pak Gino.....	115
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>120</b>
5.1 Kesimpulan .....	120
5.2 Saran.....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>125</b>
<b>LAMPIRAN KUESIONER.....</b>	<b>132</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Warung Sate Sidareja Pak Gino.....	6
Tabel 1.2 Perbandingan Menu Warung Sate Sidareja Pak Gino dan HM Harris .	10
Tabel 2.1 Indikator Kualitas Makanan.....	23
Tabel 2.2 Indikator Harga .....	29
Tabel 2.3 Indikator Niat Beli Ulang.....	34
Tabel 2.4 Journal Mapping Pengaruh Kualitas Makanan dan Niat Beli Ulang ....	39
Tabel 2.5 Journal Mapping Pengaruh Persepsi Harga dan Niat Beli Ulang .....	42
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kualitas Makanan ( $X_1$ ) .....	47
Tabel 3.2 Operasional Variabel Persepsi harga ( $X_2$ ).....	49
Tabel 3.3 Operasional Variabel Niat Beli Ulang (Y).....	50
Tabel 3.4 Skala Semantic Differential .....	52
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Makanan ( $X_1$ ).....	54
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga ( $X_2$ ).....	55
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Niat Beli Ulang (Y).....	55
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 3.9 Interpretasi Rata-Rata Hitung .....	58
Tabel 3.10 Jenis kelamin dan Usia Responden.....	64
Tabel 3.11 Data Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	65
Tabel 3.12 Data Tempat Tinggal Responden.....	66
Tabel 3.13 Data Pengeluaran Responden per Bulan .....	67
Tabel 3.14 Data Responden Membeli Makan di Luar (per Bulan).....	68
Tabel 3.15 Data Daging Sate yang Disukai Responden.....	68
Tabel 3.16 Data Responden Membeli Sate (per Bulan).....	69
Tabel 3.17 Data Cara Responden Membeli Sate.....	70
Tabel 3.18 Data Jumlah Pembelian Sate Kambing (per Bulan).....	70
Tabel 3.19 Data Rata-rata Pengeluaran Responden Dalam Membeli Sate .....	72
Tabel 3.20 Data Menu yang Dibeli di Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	73
Tabel 3.21 Data Responden terakhir membeli sate di Warung Sate Pak Gino ....	74
Tabel 4.1 Persepsi Konsumen Mengenai Tingkat Keempukan Daging Sate.....	76
Tabel 4.2 Persepsi Konsumen Mengenai Ke-juicyan Daging Sate.....	77
Tabel 4.3 Persepsi Konsumen Mengenai Variasi Menu .....	78
Tabel 4.4 Persepsi Konsumen Mengenai Kesesuaian Rasa Pada Makanan.....	80
Tabel 4.5 Persepsi Konsumen Mengenai Kekonsistenan Rasa Makanan .....	82
Tabel 4.6 Persepsi Konsumen Mengenai Aroma Sate .....	83
Tabel 4.7 Persepsi Konsumen Mengenai Kesesuaian Bumbu Pada Daging.....	84
Tabel 4.8 Persepsi Konsumen Mengenai Kesesuaian Bumbu Kacang.....	85
Tabel 4.9 Persepsi Konsumen Mengenai Kesegaran Daging Pada Sate .....	86
Tabel 4.10 Persepsi Konsumen Mengenai Kesesuaian Tingkat Kematangan .....	88
Tabel 4.11 Persepsi Konsumen Mengenai Kesesuaian Tingkat Kebersihan .....	90
Tabel 4.12 Persepsi Konsumen Mengenai Kesesuaian Tingkat Suhu .....	91
Tabel 4.13 Analisis Persepsi Responden Terhadap Kualitas Makanan .....	93

Tabel 4.14 Persepsi Konsumen Mengenai Harga Produk Sate .....	94
Tabel 4.15 Range harga varian Menu Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	95
Tabel 4.16 Persepsi Konsumen Mengenai Harga Sate Dengan Kualitas.....	96
Tabel 4.17 Persepsi Konsumen Mengenai Harga Sate Dengan Ukuran Sate .....	97
Tabel 4.18 Persepsi Konsumen Mengenai Harga Sate Dengan Kompetitor.....	98
Tabel 4.19 Persepsi Konsumen Mengenai Harga Sate Dengan Porsi.....	99
Tabel 4.20 Analisis Menyeluruh Persepsi Responden Terhadap Harga .....	100
Tabel 4.21 Persepsi Konsumen Dalam Pertimbangan Untuk Membeli Ulang ...	101
Tabel 4.22 Persepsi Konsumen Mengenai Sate Gino Sebagai Pilihan Utama ..	102
Tabel 4.23 Persepsi Konsumen Untuk Lebih Sering Berkunjung ke Sate Gino.	103
Tabel 4.24 Persepsi Konsumen Untuk Mencoba Menu Lain di Sate Gino.....	104
Tabel 4.25 Persepsi Konsumen Untuk Berkunjung Dalam Waktu Dekat .....	105
Tabel 4.26 Analisis Persepsi Responden Terhadap Niat Beli Ulang .....	106
Tabel 4.27 Hasil Uji Normalitas Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	109
Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas Warung Sate Sidareja Pak Gino.....	110
Tabel 4.29 Hasil Uji <i>Stepwise Method</i> Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	112
Tabel 4.30 Hasil Uji Determinasi $R^2$ Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	113
Tabel 4.31 Hasil Uji F Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	114
Tabel 4.32 Hasil Uji t Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	116
Tabel 4.33 Hasil Uji t-hitung Warung Sate Sidareja Pak Gino.....	117

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan .....	1
Gambar 1.2 Situasi Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	3
Gambar 1.3 Situasi Lantai 2 Warung Sate Sidareja Pak Gino 2022 .....	3
Gambar 1.4 Suasana Warung Sate Sidareja Pak Gino, 5 Maret 2024 .....	4
Gambar 1.5 Suasana Warung Sate Sidareja Pak Gino, 7 Maret 2024 .....	5
Gambar 1.6 Wawancara Dengan Pemilik Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	6
Gambar 1.7 Suasana Sate HM Harris .....	7
Gambar 1.8 Pesanan Penulis di Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	8
Gambar 1.9 Pesanan Penulis di HM Harris .....	8
Gambar 1.10 Ulasan Konsumen Warung Sate Sidareja Pak Gino.....	11
Gambar 1.11 Ulasan Konsumen Gojek pada Warung Sate Sidareja Pak Gino ....	12
Gambar 1.12 Sate yang diminati responden.....	13
Gambar 1.13 Apakah anda berniat untuk membeli ulang Sate Gino .....	14
Gambar 1.14 Alasan tidak berniat membeli ulang Warung Sate Gino .....	14
Gambar 1.15 Alasan berniat untuk membeli ulang Warung Sate Gino .....	16
Gambar 1.16 Model Konseptual Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	21
Gambar 3.1 Kriteria Uji F ( <i>One - tailed test</i> ).....	61
Gambar 3.2 Kriteria Uji t .....	62
Gambar 3.3 Logo Warung Sate Sidareja Pak Gino.....	63
Gambar 3.4 Data Faktor yang Menjadi Pertimbangan Saat Membeli Sate .....	71
Gambar 4.1 Sate Kambing Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	77
Gambar 4.2 Varian Menu Warung Sate Sidareja Pak Gino.....	79
Gambar 4.3 Review Konsumen Mengenai Kekonsistenan Rasa di Sate Gino ....	83
Gambar 4.4 Review Konsumen Mengenai Kesesuaian Bumbu pada Sate Gino .	85
Gambar 4.5 Review Kesesuaian Bumbu Kacang Pada Sate Gino.....	86
Gambar 4.6 Review Konsumen Mengenai Kesegaran Daging Sate di Sate Gino	87
Gambar 4.7 Review Konsumen Mengenai Tingkat Kematangan Sate Gino .....	89
Gambar 4.8 Review Konsumen Mengenai Kebersihan Pada Sate Gino.....	91
Gambar 4.9 Review Konsumen Mengenai Suhu Makanan di Sate Gino .....	92
Gambar 4.10 Persepsi Konsumen Mengenai Harga Dengan Ukuran Sate Gino ..	98
Gambar 4.11 Histogram Niat Beli Ulang Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	108
Gambar 4.12 P-P Plot Niat Beli Ulang Warung Sate Sidareja Pak Gino.....	108
Gambar 4.13 Hasil Uji Scatterplot Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	111
Gambar 4.14 Hasil Uji F Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	115
Gambar 4.15 Hasil Uji t Kualitas Makanan Warung Sate Sidareja Pak Gino ....	118
Gambar 4.16 Hasil Uji t Persepsi Harga Warung Sate Sidareja Pak Gino .....	118
Gambar 4.17 Model Konseptual Penelitian Warung Sate Sidareja Pak Gino ....	119

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner .....	133
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	144
Lampiran 3. Tabulasi Variabel.....	230

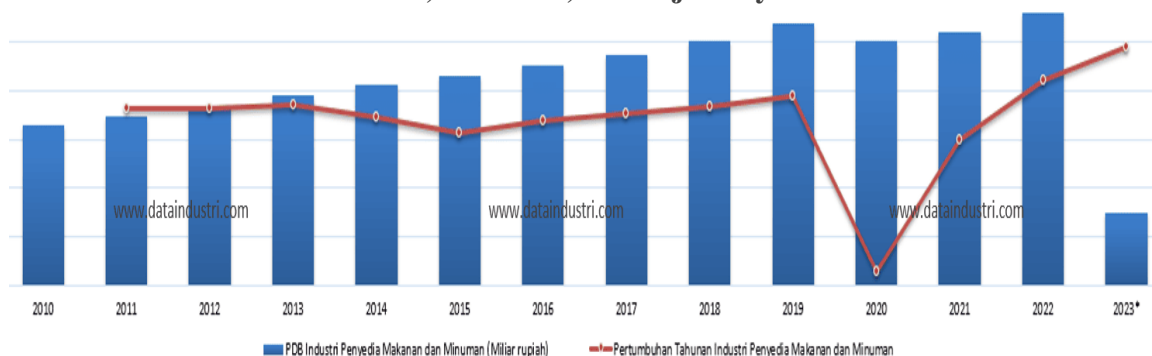
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian di Indonesia telah mengalami peningkatan terutama dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan pertumbuhan industri makanan di Indonesia. Industri makanan memiliki peran yang besar dalam ekonomi Indonesia, hal tersebut dapat dilihat dari terjadinya peningkatan pada kuartal kedua tahun 2023, industri makanan menyumbang hampir dari 34% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dalam sektor industri pengolahan. Dikutip dari kominfo (2023), Dirjen Industri Agro menyatakan selama ini industri makanan minuman berperan penting dalam menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dari kontribusi sektor makanan dan minuman pada triwulan 1 tahun 2023 sebesar 38,61% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas dan 6,47% terhadap PDB nasional. Berdasarkan **Gambar 1.1**, pada tahun 2023 tercatat industri penyedia makanan dan minuman mengalami peningkatan dari tahun 2020. Pertumbuhan industri makanan dan minuman dilihat pada **Gambar 1.1** dibawah dapat dikatakan positif dan telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

**Gambar 1.1**  
**Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran, dan Sejenisnya**



Sumber: Dataindustri.com (2023)

Melihat perkembangan data pertumbuhan industri penyedia makanan minuman tahun 2023 dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh pertumbuhan industri makanan yang dapat memberikan dampak positif bagi negara. Hal tersebut membuat para pelaku industri makanan saling bersaing untuk menjadi kompetitor pada bidang industri makanan dan minuman. Para pelaku usaha berusaha untuk saling bersaing dengan menciptakan diferensiasi produk agar produk yang dijual unik dan dapat diterima oleh masyarakat. Diferensiasi produk dilakukan dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat, mengingat bahwa perkembangan dunia kuliner yang semakin pesat maka para pelaku usaha berusaha untuk melakukan pengembangan produk yang sesuai dengan niat beli masyarakat. Produk yang sesuai dengan keinginan dan ekspektasi konsumen dapat meningkatkan niat beli konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Niat pembelian ulang adalah niat yang akan muncul saat pelanggan selesai melakukan pembelian (Hutami *et al.* 2020).

Seperti penjelasan penulis sebelumnya, belakangan ini banyak pelaku usaha makanan dan minuman yang terus melakukan pengembangan produk untuk meningkatkan niat beli konsumen, salah satunya datang dari makanan khas nusantara yaitu sate kambing. Sate kambing merupakan salah satu makanan favorit untuk masyarakat karena dinilai rasa yang enak, praktis, dan penyajian yang bervariasi. Salah satu sate kambing yang digemari masyarakat Bandung adalah Warung Sate Sidareja Pak Gino. Warung Sate Sidareja Pak Gino pertama kali berdiri sejak tahun 1979, Warung Sate Sidareja Pak Gino bermula dari sang pemilik Pak Sugino yang merantau dari kota banjar ke kota Bandung. Nama Warung Sate Sidareja Pak Gino diambil tempat kelahiran sang istri yaitu di daerah jawa tengah yang bernama sidareja, lalu digabungkan dengan nama Pak Sugino sehingga menghasilkan nama Warung Sate Sidareja Pak Gino. Pada awal buka Warung Sate Sidareja Pak Gino hanya mengandalkan gerobak untuk berjualan sate. Warung Sate Sidareja Pak Gino sejak awal berlokasi di jalan sunda dan sampai saat ini pusat berjualan Warung Sate Sidareja Pak Gino berlokasi di Jalan Sunda No 76. Warung Sate Sidareja Pak Gino pertama kali dirintis oleh Pak Gino dan diteruskan oleh anaknya yang bernama Ka Gini.



**Gambar 1.2**  
**Situasi Warung Sate Sidareja Pak Gino**



Sumber: *Google Review* (2018)

Warung Sate Sidareja Pak Gino sudah eksis dari jaman dahulu dan konsisten dalam berjualan dapat dilihat dari **Gambar 1.2**, suasana berjualan pada 6 tahun lalu. Warung Sate Sidareja Pak Gino mendapatkan antusias yang luar biasa dari konsumen sampai semua orang rela menunggu dan dapat terlihat dari **Gambar 1.2** bahwa semua kursi terisi penuh oleh pengunjung Warung Sate Sidareja Pak Gino. Pengunjung rela menunggu makanan untuk merasakan cita rasa khas dari sidareja dengan menggunakan bumbu khas yang terdiri dari gula merah, asem, dan garam. Antusias pengunjung memberikan dampak positif bagi pelaku bisnis makanan untuk meningkatkan keuntungan dari produk tersebut.

**Gambar 1.3**  
**Situasi Lantai 2 Warung Sate Sidareja Pak Gino 2022**



Sumber: *Google Review* (2022)

Berdasarkan **Gambar 1.3** dapat dilihat bahwa pada tahun 2022 Warung Sate Pak Gino terlihat ramai didatangi oleh pengunjung, bahkan lantai 2 dipenuhi oleh pengunjung yang makan sate di Warung Sate Sidareja Pak Gino. Konsumen rela untuk berkunjung dan makan di lantai 2, pada Warung Sate Sidareja Pak Gino lokasi yang strategis untuk makan adalah di lantai 1. Konsumen lebih menyukai untuk makan di lantai 1 karena kemudahan akses dari tempat parkir bisa langsung masuk dan tidak perlu naik tangga yang cukup terjal. Kenyaman tersebut membuat konsumen lebih menyukai makan di lantai 1 dibandingkan lantai 2.

**Gambar 1.4**  
**Suasana Warung Sate Sidareja Pak Gino, 5 Maret 2024**



Sumber: Dokumentasi penulis (2024)

Karena penulis ingin melihat secara langsung situasi dan kondisi Warung Sate Sidareja Pak Gino, pada hari Selasa, 5 Maret 2024 pada pukul 20.00, penulis berkunjung secara langsung ke Warung Sate Sidareja Pak Gino yang berlokasi di jalan sunda. Pada saat penulis sampai di lokasi penulis langsung melakukan pengamatan situasi, penulis melihat terdapat 4 mobil yang terparkir di luar dan saat memasuki rumah makan hanya terdapat 3 meja yang terisi. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan bagi penulis, alasan situasi dan kondisi dapat berubah sejak 2019 sampai dengan sekarang dan faktor apa yang dapat menyebabkan Warung Sate Sidareja Pak Gino dapat berubah drastis.

**Gambar 1.5**  
**Suasana Warung Sate Sidareja Pak Gino, 7 Maret 2024**



Sumber: Dokumentasi Penulis (2024)

Pada hari Kamis, 7 Maret 2024, pada pukul 13.00 penulis datang kembali ke Warung Sate Sidareja Pak Gino untuk mencari tahu bagaimana situasi dan kondisi Warung Sate Sidareja Pak Gino pada saat jam makan siang, sehingga penulis berkunjung untuk kedua kalinya ke Warung Sate Sidareja Pak Gino. Penulis mendatangi Warung Sate Sidareja Pak Gino untuk mengetahui bagaimana kondisi pada saat jam makan siang, alasan penulis mendatangi pada saat jam makan siang karena menurut pemilik Warung Sate Sidareja Pak Gino waktu paling ramai untuk didatangi oleh pengunjung yaitu pada saat jam makan siang. Setibanya disana penulis melakukan observasi dan melihat situasi di Warung Sate Sidareja Pak Gino terpaut sepi, hanya terdapat 2 pengunjung yang mengunjungi dan makan di Warung Sate Sidareja Pak Gino. Berdasarkan observasi penulis Warung Sate Sidareja Pak Gino sudah tidak seramai dulu.

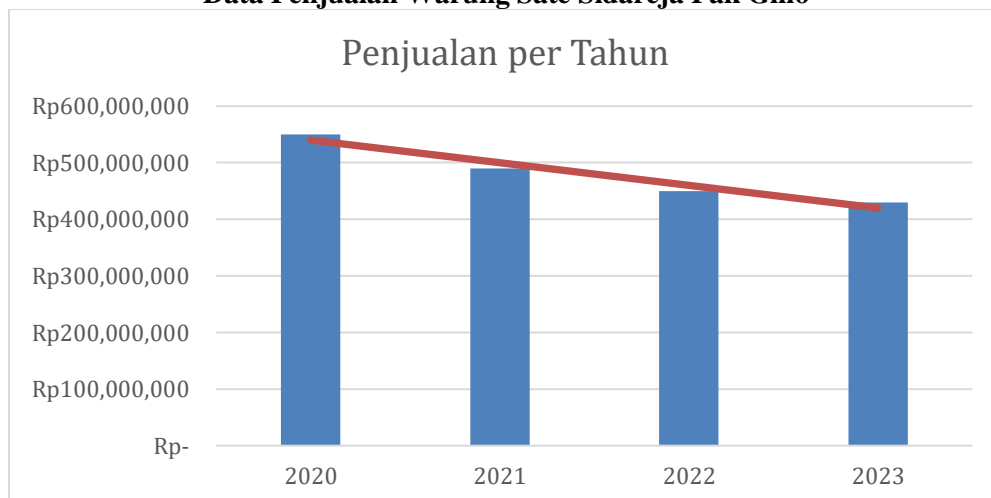
**Gambar 1.6**  
**Wawancara Dengan Pemilik Warung Sate Sidareja Pak Gino**



Sumber: Data Penulis (2024)

Penulis melakukan wawancara kepada pemilik Warung Sate Sidareja Pak Gino dengan tujuan untuk mengetahui keluhan apa saja yang dirasakan oleh pemilik tempat sate tersebut. Penulis melakukan wawancara dengan generasi kedua yaitu anak Pak Gino yang bernama Ka Gini, Ka Gini membagikan pengalaman sejak dia terjun langsung dalam usaha keluarga tersebut. Ka Gini merasa bahwa Warung Sate Sidareja Pak Gino mengalami kemunduran selama beberapa tahun terakhir, banyaknya hari libur dan tanggal merah yang mengakibatkan daya beli masyarakat menjadi berkurang.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Warung Sate Sidareja Pak Gino**



Sumber: Wawancara dengan Pemilik Warung Sate Sidareja Pak Gino

Berdasarkan hasil wawancara secara langsung dengan pemilik dan penerus Warung sate Sidareja Pak Gino yang bernama Ka Gini. Ka Gini menyampaikan kepada penulis bahwa Warung Sate Sidareja Pak Gino telah mengalami kemunduran dari tahun ke tahun. Dapat dilihat dari **Tabel 1.1** diatas bahwa pada tahun 2020 atau pada masa covid penjualan Warung Sate Sidareja Pak Gino mendapatkan penjualan yang bagus sedangkan pada tahun 2023 Warung Sate Sidareja Pak Gino telah menurun. Hal tersebut menunjukkan gejala terjadinya penurunan niat beli ulang di Warung Sate Sidareja Pak Gino.

**Gambar 1.7**  
**Suasana Sate HM Harris**



Sumber: Dokumentasi Penulis (2024)

Kemudian, penulis penasaran dan ingin mencari tahu bagaimana kondisi kompetitor yang berjualan sate kambing dan masih digemari oleh masyarakat terutama di wilayah Bandung. Pada hari Rabu, 6 Maret 2024 sekitar pukul 19.00, penulis mengunjungi salah satu tempat sate kambing terfavorit di Bandung yaitu sate HM Harris. Setibanya penulis di Sate HM Harris saya terkejut karena tempat yang dikunjungi sangat ramai oleh konsumen yang antusia untuk makan di Sate HM Harris, bahkan sampai pengunjung rela menunggu diluar untuk mendapatkan antrian. Lokasi Sate HM Harris berlokasi di jalan asia afrika sedangkan Warung Sate Sidareja Pak Gino berlokasi di jalan sunda sehingga jarak antara kedua tempat sate dapat dibilang relatif cukup dekat hanya terpaut 5 menit untuk sampai Warung

Sate Sidareja Pak Gino. Menurut penulis tempat makan Sate HM Harris terbilang cukup kecil dan sempit, sehingga konsumen yang ingin makan harus menunggu sampai konsumen lain sudah selesai makan untuk mengambil tempat meja dan kursi. Tempat HM Harris juga dapat dibilang cukup padat dan sumpek karena semua orang makan berdesakan, tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi konsumen untuk tetap datang dan makan di Sate HM Harris.

**Gambar 1.8**  
**Pesanan Penulis di Warung Sate Sidareja Pak Gino**



Sumber: Dokumentasi Penulis (2024)

**Gambar 1.9**  
**Pesanan Penulis di HM Harris**



Sumber: Dokumentasi Penulis (2024)

Melihat fenomena dan gejala yang timbul pada Warung Sate Sidareja Pak Gino, penulis melakukan survei secara langsung dengan membeli produk makanan Warung Sate Sidareja Pak Gino. Penulis mengeluarkan total uang sebesar Rp 87.000 untuk membeli sate kambing selap dengan harga Rp 68.000, nasi putih Rp 9.000, dan es teh manis Rp 10.000. Penulis menunggu sekitar 10 menit untuk mendapatkan masakan, ketika mencoba sate kambing selap, penulis merasa sate kambing selap tidak sesuai ekspektasi karena daging keras dan daging kurang panas. Proses penyajian sudah menggunakan *hotplate* dengan harapan agar sate selalu hangat dan selap gaji tidak membeku, sehingga tidak meninggalkan rasa minyak yang menempel pada mulut. Kombinasi daging yang keras dan gaji yang susah untuk dicerna membuat penulis tidak merasakan kenikmatan sate kambing yang maksimal. Menurut pandangan penulis terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan oleh Warung Sate Sidareja Pak Gino, penulis merasa tidak puas dan tidak berniat untuk melakukan pembelian ulang sate pada Warung Sate Sidareja Pak Gino.

Penulis penasaran dengan fenomena pada pelaku usaha yang menjual sate kambing, penulis penasaran kompetitor utama Warung Sate Sidareja Pak Gino. Penulis memilih HM Harris karena lokasi yang berdekatan dan memiliki harga yang relative sama dengan Warung Sate Sidareja Pak Gino. Penulis mencoba menu yang serupa dengan Warung Sate Sidareja Pak Gino, penulis membeli sate kambing campur lemak dengan harga Rp 70.000, nasi putih Rp 9.000, dan es teh manis Rp 6.000. Setelah penulis mencoba secara langsung di tempat, penulis merasa bahwa kualitas daging lebih baik dan lembut, gaji juga terasa manis dan mudah untuk dicerna. Proses penyajian sate serupa dengan Warung Sate Sidareja Pak Gino dengan menggunakan *hotplate* sebagai alas sate agar tetap panas, pada saat penyajian sate yang disajikan pada HM Harris panas sampai ke dalam tidak seperti sate pada Warung Sate Sidareja Gino. Total harga yang dikeluarkan oleh penulis di HM Harris adalah Rp 85.000, total harga pada HM Harris lebih murah Rp 2.000 dibandingkan Warung Sate Sidareja Pak Gino. Menurut penilaian penulis rasa, kualitas, dan tekstur sate HM Harris lebih baik secara keseluruhan dibandingkan sate pada Warung Sate Sidareja Pak Gino.

**Tabel 1.2**  
**Perbandingan Menu Warung Sate Sidareja Pak Gino dan HM Harris**

<b>Menu Warung Sate Sidareja Pak Gino</b>	<b>Harga</b>	<b>Menu HM Harris</b>	<b>Harga</b>
Sate kambing selap (Per 10 tusuk)	Rp 68.000	Sate kambing campur lemak (per 10 tusuk)	Rp 70.000
Sate kambing polos	Rp 70.000	Sate Kambing Polos	Rp 74.000
Sate Ayam	Rp 50.000	Sate Ayam	Rp 52.000
Gule Kambing	Rp 55.000	Gule Kambing	Rp 62.000

Sumber: Dokumentasi Penulis (2024)

Setelah penulis mencoba secara langsung, penulis penasaran dengan tanggapan konsumen lain dari ulasan *google* untuk mengetahui bagaimana pendapat konsumen lain yang melakukan pembelian secara langsung di Warung Sate Sidareja Pak Gino dan konsumen yang melakukan pembelian melalui GoFood Warung Sate Sidareja Pak Gino. Pada **Gambar 1.10** dan **Gambar 1.11** terdapat beberapa ulasan buruk dan kekecewaan oleh konsumen Warung Sate Sidareja Pak Gino, penulis mendapatkan beberapa konsumen yang mengeluh dan merasa tidak puas dengan kualitas sate yang diberikan oleh Warung Sate Sidareja Pak Gino sehingga banyak responden merasa harga dengan kualitas sate tidak sesuai. Hal tersebut membuat konsumen tidak puas dan tidak niat untuk melakukan pembelian ulang.



**Gambar 1.10**  
**Ulasan Konsumen Warung Sate Sidareja Pak Gino**



Sumber: *Google.com* (2024)

### Gambar 1.11

## Ulasan Konsumen Gojek pada Warung Sate Sidareja Pak Gino

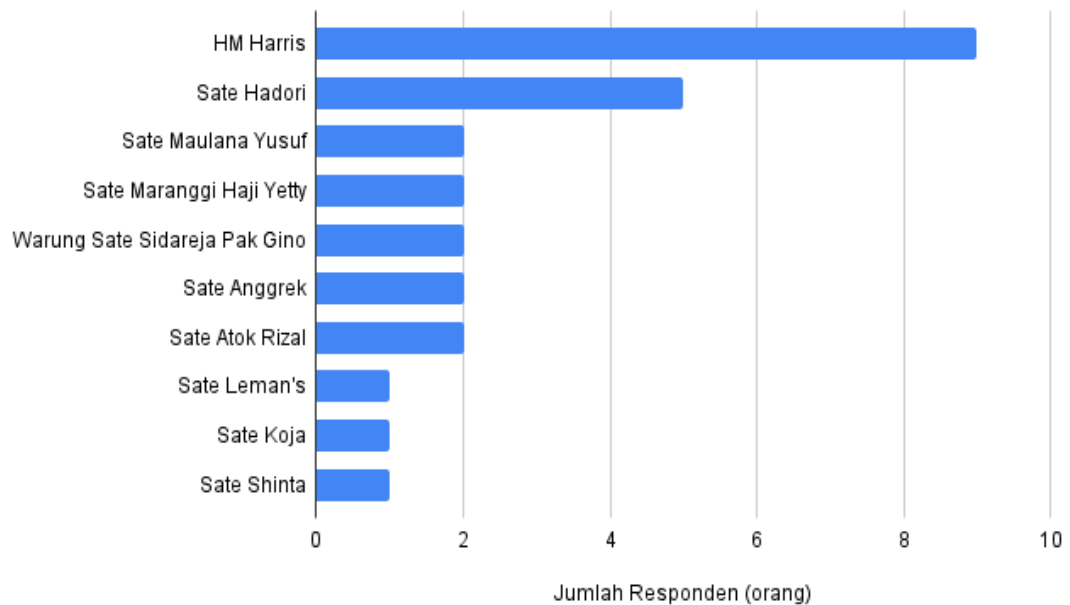


Sumber: Gojek

Berdasarkan **Gambar 1.10** dan **Gambar 1.11**, banyak konsumen yang merasa kurang puas baik dari segi harga yang terlalu mahal dan kualitas makanan yang kurang baik, sehingga terdapat beberapa konsumen yang memberikan ulasan dan penilaian yang kurang baik. Melihat penilaian serta ulasan yang kurang baik

dan terjadinya penurunan jumlah konsumen pada Warung Sate Sidareja Pak Gino, sehingga penulis mencoba untuk mencari tahu lebih lanjut dengan melakukan *preliminary research*. Penulis melakukan *preliminary research* dengan melakukan wawancara kepada 27 responden dengan kriteria mengetahui Warung Sate Sidareja Pak Gino, pernah membeli sate di Warung Sate Sidareja Pak Gino. Tujuan penulis melakukan *preliminary research* adalah untuk mengetahui penyebab niat beli ulang sate di Warung Sate Sidareja Pak Gino rendah.

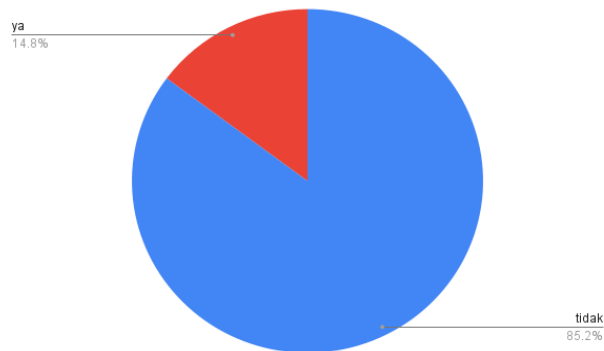
**Gambar 1.12**  
**Sate yang diminati responden**



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 1.12** diatas dari total 27 responden merasa bahwa sate HM Harris paling digemari oleh responden, sebanyak 9 responden memilih sate HM Harris. Pada urutan kedua responden memilih Sate Hadori sebanyak 5 responden. Warung Sate Sidareja Pak Gino berada pada posisi keempat dengan 2 responden memilih Warung Sate Sidareja Pak Gino.

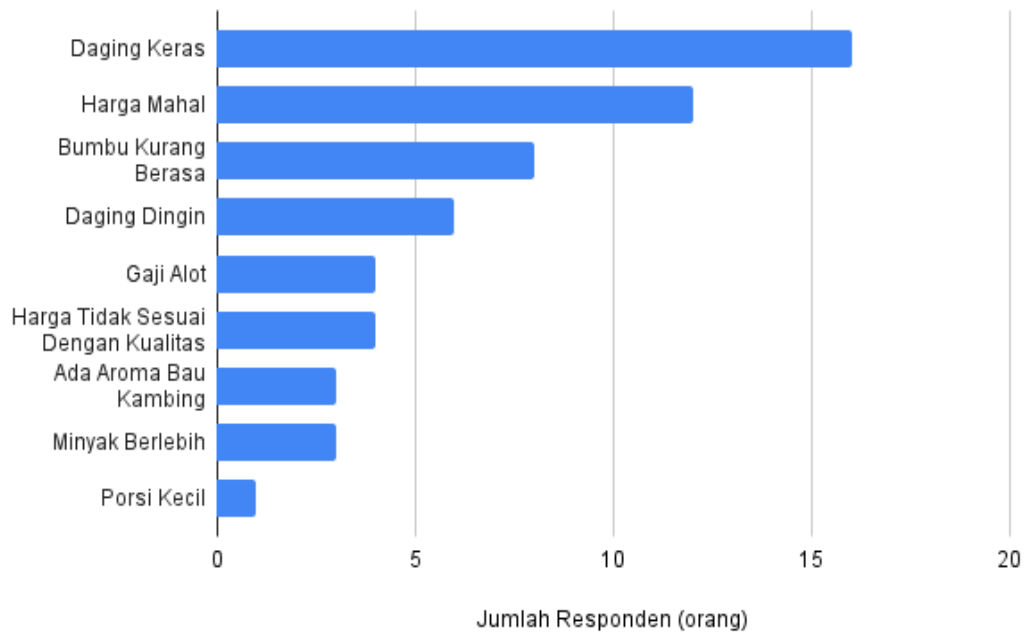
**Gambar 1.13**  
**Apakah anda berniat untuk membeli ulang Warung Sate Sidareja Pak Gino**



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 1.13** diatas dari total 27 responden mayoritas responden memilih untuk tidak membeli ulang Warung Sate Sidareja Pak Gino dengan persentase 85.2% atau sebanyak 23 responden kemudian sebanyak 15.4% atau 4 responden memiliki niat untuk membeli ulang, Penulis menduga bahwa niat beli ulang yang rendah membuat Warung Sate Sidareja Pak Gino menjadi sepi.

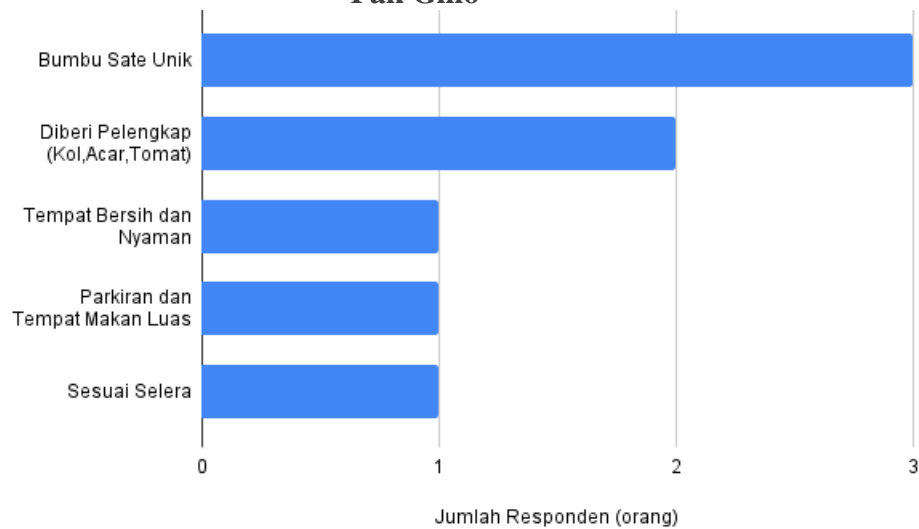
**Gambar 1.14**  
**Alasan tidak berniat membeli ulang Warung Sate Sidareja Pak Gino**



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 1.14** dari 27 responden terdapat 9 alasan utama mengapa responden tidak memiliki niat beli ulang di Warung Sate Sidareja Pak Gino, Responden mengatakan bahwa saat makan sate kambing di Warung Sate Sidareja Pak Gino memiliki tekstur daging yang keras saat di konsumsi. Responden juga merasa bahwa sate kambing di tempat lain seperti di Sate Hadori dan HM Harris memiliki tekstur yang lebih lembut dan lebih tidak alot. Responden juga mengatakan bahwa harga di Warung Sate Sidareja Pak Gino mahal dan tidak sesuai dengan kualitas sate kambing Warung Sate Sidareja Pak Gino, sebagai perbandingan harga seporisi sate hadori berkisar di harga Rp 55.000 sedangkan pada Warung Sate Sidareja Pak Gino berkisar di harga Rp 68.000. Responden mengatakan harga yang cocok untuk seporisi sate kambing yaitu mulai dari Rp 50.000 sampai dengan Rp 70.000. Menurut responden dengan harga yang terbilang mahal kualitas daging harus diberikan yang terbaik karena dengan kualitas yang baik responden rela mengeluarkan uang lebih untuk merasakan sate kambing yang berkualitas. Selain itu responden juga memberikan beberapa alasan terkait kualitas sate di Warung Sate Sidareja Pak Gino seperti terdapat bau kambing pada sate, daging yang disajikan relatif dingin sedangkan proses penyajian sudah menggunakan *hotplate* untuk memberikan sensasi panas pada saat menyantap sate. Terdapat beberapa responden mengatakan bahwa bumbu pada sate kambing kurang berasa dan Responden mengatakan terdapat minyak berlebih dan gaji yang alot pada saat dimakan.

**Gambar 1.15**  
**Alasan berniat untuk membeli ulang Warung Sate Sidareja Pak Gino**



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan **Gambar 1.15** dari 27 responden terdapat 4 responden yang berniat untuk membeli ulang di Warung Sate Sidareja Pak Gino dengan alasan bumbu sate yang unik dengan bumbu sate yang unik dengan khas bumbu sidareja sesuai dengan selera dan pada saat penyajian sate diberikan beberapa pelengkap seperti kol, bumbu kacang, kecap manis cabe, dan sambal. Hal tersebut membuat responden merasa nyaman saat makan di tempat karena tempat yang bersih dan parkirannya yang luas.

Jika dilihat dari hasil wawancara dengan responden serta ulasan yang diberikan oleh konsumen, keluhan yang paling banyak adalah mengenai kualitas makanan, mengingat bahwa untuk meningkatkan niat beli makanan maka sebuah tempat makan harus menjaga kualitas agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang. Harga yang diberikan oleh Warung Sate Sidareja Pak Gino dapat terbilang cukup mahal sehingga kualitas makanan harus tetap dijaga dan sesuai dengan harga yang diberikan, mengingat bahwa HM Harris menjual sate kambing dengan harga yang relatif sama dengan Warung Sate Sidareja Pak Gino dapat terus laku dan konsumen rela mengantri untuk makan sate kambing di HM Harris.

Berdasarkan latar belakang dan wawancara dengan para responden melalui kuesioner, penulis menemukan sumber masalah utama pada Warung Sate Sidareja Pak Gino yang membuat niat beli ulang rendah yaitu kualitas makanan dan harga. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA WARUNG SATE SIDAREJA PAK GINO DI JALAN SUNDA BANDUNG”**

### **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana persepsi konsumen atas kualitas makanan pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung?
2. Bagaimana persepsi konsumen atas harga pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung?
3. Bagaimana niat beli ulang konsumen pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung?
4. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen atas kualitas makanan dan harga terhadap niat beli ulang pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui persepsi konsumen atas kualitas makanan pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung.
2. Mengetahui persepsi konsumen atas harga pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung.
3. Mengetahui niat beli ulang konsumen pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung?
4. Mengetahui pengaruh persepsi konsumen atas kualitas makanan dan harga terhadap niat beli ulang di Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda Bandung.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat, diantaranya:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti untuk menambah pengetahuan baru tentang pengaruh kualitas makanan, harga terhadap niat beli ulang konsumen.

2. Bagi Warung Sate Sidareja Pak Gino

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik Warung Sate Sidareja Pak Gino agar mengetahui pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap niat beli ulang. Sehingga Warung Sate Sidareja Pak Gino dapat meningkatkan niat beli ulang pada Warung Sate Sidareja Pak Gino.

3. Bagi Akademi

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat membantu peneliti selanjutnya mengenai pengaruh harga dan kualitas terhadap niat beli ulang pada Warung Sate Sidareja Pak Gino.

#### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Usaha makanan yang semakin berkembang dengan adanya berbagai media sosial dan platform untuk berjualan makanan membuat terjadinya persaingan yang ketat dan Pelaku bisnis usaha makanan harus memikirkan berbagai cara agar usaha tetap berjalan dan niat beli konsumen tetap terjaga. Makanan yang dijual harus sesuai dengan cita rasa masyarakat Indonesia. Cita rasa nusantara adalah salah satu cita rasa yang digemari oleh masyarakat Indonesia, Salah satu makanan yang bercita rasa nusantara adalah Warung Sate Sidareja Pak Gino. Warung Sate Sidareja Pak Gino adalah rumah makan yang menjual sate kambing dan berbagai hidangan yang mengandung unsur kambing seperti sate kambing, gulai kambing, tongseng kambing, dan nasi goreng kambing.

Bisnis makanan sate kambing sangat banyak di Indonesia, terutama di Bandung. Maka dari itu bagi pelaku usaha makanan sate kambing harus terus berinovatif dan memberikan diferensiasi produk dengan kompetitor agar dapat meningkatkan penjualan. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada



konsumen baik untuk dikonsumsi, dipakai atau digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (Kotler, 2020). Dalam bisnis kuliner ini, produk yang dimaksud adalah makanan maupun minuman.

Bagi pelaku bisnis makanan kualitas makanan sangat diperhatikan agar konsumen saat makan sesuai dengan ekspektasi konsumen dan tidak kecewa dengan kualitas yang diberikan. Konsumen akan berniat untuk membeli ulang jika kualitas makanan tetap terjaga. Menurut Anggraeni dan Soliha (2020) kualitas produk merupakan ekspektasi konsumen terkait produk tersebut, apakah produk tersebut sudah sesuai atau melebihi harapan konsumen. Kualitas produk yang baik merujuk pada suatu produk sudah sesuai untuk memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Terdapat beberapa indikator terkait kualitas produk seperti warna, rasa, bentuk, aroma, porsi, temperature, dan tekstur (Maharani, 2019). Namun berdasarkan hasil di lapangan, sebagian besar responden merasa bahwa kualitas makanan di Warung Sate Sidareja Pak Gino masih tidak sesuai dengan beberapa indikator terkait kualitas produk, seperti tekstur yang keras, penyajian yang dingin pada daging sate, terdapat bau daging, bumbu kurang berasa, dan minyak yang berlebih. Hal tersebut membuat konsumen merasa kualitas produk di Warung Sate Pak Gino menurun dan memilih untuk tidak berniat untuk membeli ulang di Warung Sate Sidareja Pak Gino.

Menurut Kotler dan Armstrong (2017) harga merupakan jumlah yang harus dikeluarkan seseorang untuk menerima sebuah barang atau jasa. Barang yang dimaksud pada penelitian ini adalah makanan. Harga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pilihan seseorang untuk membeli barang (Andi, 2017). Harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan dapat membuat konsumen memiliki niat untuk membeli ulang produk tersebut. Niat beli konsumen dipengaruhi oleh harga, kualitas, dan lokasi (Purnomo, 2016). Persepsi konsumen terhadap Warung Sate Sidareja Pak Gino adalah harga yang tidak sesuai dengan kualitas yang di dapat, harga yang diberikan cukup mahal tetapi kualitas makanan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen sehingga kepuasan konsumen menurun dan niat beli ulang menjadi rendah.

Niat beli ulang adalah niat yang akan muncul saat pelanggan selesai melakukan pembelian (Hutami *et al.* 2020). Pada penelitian ini niat beli yang dimaksud yaitu kembali datang pada Warung Sate Sidareja Pak Gino, niat tersebut muncul karena konsumen merasa puas dan cenderung memberikan kesan baik pada saat melakukan pembelian (Kotler dan Keller, 2016). Menurut Hutami *et al.* (2020) mengatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen dapat mempengaruhi niat konsumen untuk membeli ulang. Kepuasan konsumen yang tinggi dapat menjadi alasan konsumen untuk melakukan niat beli ulang karena kepuasan konsumen saat mencoba produk tersebut akan menjadikan pengalaman konsumen saat mencoba produk yang telah diberikan dan konsumen akan memberikan penilaian mengenai produk yang telah dibeli (Dwipayana dan Sulistyawati, 2018).

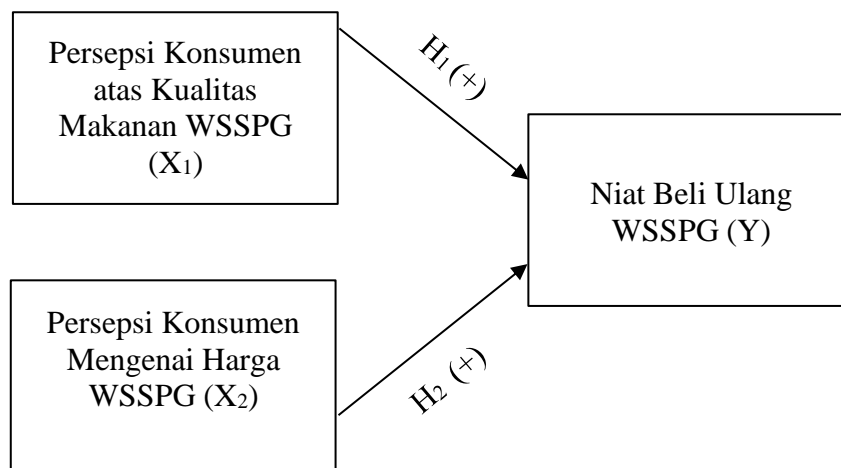
Menurut Andrian dan Indayani (2024), kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat beli ulang karena apabila kualitas produk semakin unggul maka semakin meningkat niat konsumen untuk membeli ulang. Ekspektasi konsumen akan terpenuhi apabila kualitas produk sesuai dengan apa yang mereka harapkan, apabila ekspektasi terpenuhi maka akan meninggalkan pengalaman yang positif saat konsumen membeli produk di tempat tersebut. Menurut Shela dan Ayu (2024), konsumen terpengaruh secara langsung oleh kualitas makanan yang ada untuk melakukan pembelian ulang di tempat tersebut karena semakin baik kualitas produk, secara langsung menjadikan semakin tinggi minat beli ulang konsumen dan sebaliknya semakin buruk kualitas produk, secara langsung menjadikan semakin rendah minat beli ulang konsumen.

Menurut Nadea dan Wuryaningsih (2024), harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang karena harga adalah faktor penting bagi konsumen dalam melakukan niat pembelian ulang. Menurut Yogi dan Amron (2024), harga berpengaruh secara signifikan pada niat beli ulang konsumen.

Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas makanan yang baik akan memberikan persepsi yang baik bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang karena sesuai dengan ekspektasi konsumen saat mengonsumsi makanan tersebut.

Konsumen cenderung akan membeli ulang produk tersebut apabila harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang didapat. Kualitas yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan maka akan terjadi niat beli ulang karena sesuai dengan ekspektasi konsumen mengenai rasa yang diberikan. Pengalaman positif yang dirasakan oleh konsumen akan menimbulkan rasa untuk ingin balik kembali dan melakukan pembelian ulang. Maka dari penelitian dan teori tersebut terbentuklah model konseptual penelitian sebagai berikut.

**Gambar 1.16**  
**Model Konseptual Pada Warung Sate Sidareja Pak Gino Di Jalan Sunda**



**Hipotesis:**

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penulis menyusun hipotesis sebagai berikut:

- H1: Kualitas Makanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap Niat Beli Ulang (Y) konsumen pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda.
- H2: Harga (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif terhadap Niat Beli Ulang (Y) konsumen pada Warung Sate Sidareja Pak Gino di Jalan Sunda.