

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN PADA KUALITAS
PELAYANAN DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP
NIAT BELI ULANG KONSUMEN RESTORAN SOLARIA
PVJ BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Oleh:
Failiant Amelynda
6032001173

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 CONSUMER PERCEPTIONS ON SERVICE
QUALITY AND FOOD QUALITY ON REPURCHASE INTENTION
OF SOLARIA PVJ BANDUNG RESTAURANT CONSUMERS***



UNDERGRADUATE THESIS

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

By:

Failiant Amelynda

6032001173

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
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 PERSEPSI KONSUMEN PADA KUALITAS PELAYANAN
DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG
KONSUMEN RESTORAN SOLARIA PVJ BANDUNG**

Oleh:

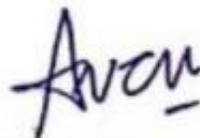
Failiant Amelynda
6032001173

Bandung, Januari 2024
Ketua Program Sarjana Manajemen,



Katlea Fitriani, S.T., MSM., CIPM.

Pembimbing Skripsi,



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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Failiant Amelynda
Tempat tanggal lahir : Bandung, 2 Juli 2002
NPM : 6032001173
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN PADA KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN SOLARIA PVJ

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan:

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

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 kehilangan hak keserjanaan.

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

Paragraf 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 dicatat gelarnya.
Paragraf 70 : Lulusan yang karya ilmiah yang dipakainya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Paragraf 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal 1 Januari 2024
Pembuat Pernyataan :



(Failiant Amelynda)

ABSTRAK

Pendahuluan – Solaria awal mulanya didirikan pada tahun 1995. Solaria merupakan rumah makan sederhana yang didirikan oleh Aliuyanto, S.E. yang merupakan karyawan biasa. Solaria amat dikenal karena hampir di semua mall besar bahkan di pinggiran jalan terdapat restoran ini. Solaria mempunyai simbol “*Your Culinary Journey*” karena Solaria selalu berusaha memberikan suasana yang nyaman bagi konsumen. Berdasarkan data pada GoodStats, Solaria menempati posisi kelima sebagai 10 restoran terlaris di Indonesia. Namun, salah satu cabang Solaria yang ada di mall PVJ Bandung nampak sepi pengunjung. Selain itu juga *rating* dari Solaria PVJ lebih rendah daripada *rating* cabang Solaria lainnya yang ada di Bandung. Kemudian penulis melakukan *preliminary research* dengan mewawancarai 40 orang dan hasilnya sebanyak 37 responden tidak berniat untuk melakukan pembelian ulang Solaria PVJ. Alasan mereka tidak berniat untuk membeli ulang Solaria PVJ adalah karyawannya tidak bersikap sopan, porsi makan sedikit, makanannya tidak ada rasa, alat makan kotor, penyajian makan yang sangat lama, karyawan tidak respon pada kebutuhan konsumen, makanannya kurang *fresh*, dan penerangannya kurang. Maka dari itu, penulis melihat bahwa ada masalah terhadap kualitas makanan dan kualitas pelayanan dari Solaria PVJ.

Tujuan – tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *service quality* dan *food quality* terhadap menurunnya niat beli ulang Solaria PVJ.

Metode Penelitian – penelitian ini menggunakan metode *explanatory research* dan deskriptif karena penulis memberikan gambaran terhadap permasalahan yang terjadi pada Solaria PVJ dan menjelaskan keterkaitan hubungan antara variabel melalui uji hipotesis. Penelitian ini memiliki sampel sebanyak 200 orang dengan kriteria pernah mengunjungi secara langsung dan pernah membeli produk Solaria PVJ. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda

Hasil Penelitian – terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* dan *food quality* terhadap Niat beli ulang. (regresi, koefisien)

Kata kunci: Solaria, kualitas makanan, kualitas pelayanan, analisis linear berganda.

ABSTRACT

Introduction – Solaria was originally founded in 1995. Solaria is a simple restaurant founded by Aliuyanto, S.E. who are ordinary employees. Solaria is very well known because almost all large malls, even on the side of the road, have this restaurant. Solaria has the symbol "Your Culinary Journey" because Solaria always tries to provide a comfortable atmosphere for consumers. Based on data on GoodStats, Solaria is in fifth position as the 10 best-selling restaurants in Indonesia. However, one of the Solaria branches at the PVJ Bandung mall seemed empty of visitors. Apart from that, the rating of Solaria PVJ is lower than the rating of other Solaria branches in Bandung. Then the author conducted preliminary research by interviewing 40 people and the results were that 37 respondents did not intend to repurchase Solaria PVJ. The reasons they do not intend to repurchase Solaria PVJ are that the employees do not pose politely, the portion sizes are small, the food has no taste, the cutlery is dirty, the serving of food takes a very long time, the employees do not respond to consumer needs, the food is not fresh enough, and the lighting is inadequate. Therefore, the author sees that there are problems with the quality of food and quality of service from Solaria PVJ.

Objectives - The aims of this research are to determine the influence of service quality and food quality on reducing the intention to repurchase Solaria PVJ.

Research Method - This research uses explanatory research and descriptive methods, the authors provide a description of the problems that occur in Solaria PVJ and explain the relationship between variables through hypothesis testing. This research had a sample of 200 people with the criteria of having visited directly and purchased Solaria PVJ products. This research uses descriptive analysis, classical assumption tests, and multiple linear regression tests

Research Results - there is a significant influence between service quality and food quality on repurchase intentions.

Keywords: Solaria, service quality, food quality, multiple linear regression

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Restoran *Casual dining*

Casual dining adalah restoran yang lebih memiliki suasana yang informal dan menyajikan makanan dengan harga yang terjangkau. Restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba (Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.11, 2014)

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan sang seorang pada orang lain. Kinerja tadi bisa berupa suatu tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat di kepemilikan barang apapun dan pada siapapun (Philip Kotler, 2021).

2.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu, “Bukti Fisik (*Tangibles*), Empati (*Empathy*), Keyakinan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Keandalan (*Assurance*).” (Kotler, 2021)

- Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menujukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan per alatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan dan

pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

- Keyakinan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- Kehandalan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanannya, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menu mbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Tabel 2. 1

Indikator Kualitas Pelayanan

Tahun	Penulis	Judul	Indikator
-------	---------	-------	-----------

2012	Kisang Ryu, Hyerin Lee dan Woo Gon Kim	<i>The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intention.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Employees served me food exactly as I ordered it</i> - <i>Employees provided prompt and quick service</i> - <i>Employees are always willing to help me</i> - <i>Employees made me feel comfortable in dealing with them</i>
------	---	--	---

2013	Loly Ayuni	Kualitas Pelayanan Pada Restoran Khas Melayu Pondok Yurika Pekanbaru	<p>Tangibles</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokasi restoran - Penampilan karyawan - Fasilitas restoran - Peralatan makan <p>Reability</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ketepatan pelayanan - Kecepatan pelayanan - Keramahan karyawan - Kenyamanan konsumen <p>Responsiveness</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penanganan keluhan konsumen - Pengetahuan umum karyawan - Kemauan dalam melayani <p>Assurance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan terhadap menu - Kejujuran karyawan - Kesopanan karyawan <p>Empathy</p> <ul style="list-style-type: none"> - Komunikasi antar karyawan dengan konsumen - Pemahaman kebutuhan konsumen - Perhatian karyawan kepada konsumen
2011	Hokey dan Hyesung	<i>Benchmarking the service quality of</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Cleanliness</i> - <i>Service response time</i>

		<i>fast-food restaurant franchises in the USA</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Employee courtesy</i> - <i>Quality of prior service</i> - <i>Healthy food</i> - <i>Variety of food</i> - <i>Word-of-mouth</i> - <i>Safety</i> - <i>Proximity to a customer's residence</i> - <i>Proximity to a customer's school/workplace</i> - <i>Proximity to a highway or major roads</i> - <i>Amenity</i> - <i>Operating hours</i> - <i>Taste of food</i> - <i>Competitive price</i>
2016	Ramakrishnan, Yun dan Usha	<i>Moderating roles of customer characteristic on the link between service factors and satisfaction in a buffet restaurant</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Replenishment of dishes plates withdrawal</i> - <i>Error-free billing</i> - <i>Reservation honoured</i> - <i>Reservation via internet</i> - <i>Language communication</i> - <i>Dishes' information labeled</i>
2017	Jun, Kang, Dan Hyun	<i>Effects of thirdparty certification on patrons' service quality evaluation in the luxury</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Employees of this restaurant are always willing to help me</i> - <i>Employees have sufficient knowledge to answer my question</i>

		<i>restaurant industry</i>	- <i>This luxury restaurant has my best interest in mind</i>
2012	Ryu, Lee dan Kim	<i>The influence of the quality of the Physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Employees served me food exactly as I ordered it - Employees provided prompt and quick service - Employees are always willing to help me - Employees made me feel comfortable in dealing with them
2019	Julius Mahesa Narawastu	Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Niat Beli Ulang di Humanity Coffee	<p>Bukti fisik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tingkat kebersihan peralatan - Tingkat kerapihan ruangan - Tingkat kerapihan pegawai <p>Kehandalan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kesesuaian antar produk yang dipesan dengan produk yang didapatkan - Kualitas minuman yang disajikan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan <p>Daya tanggap</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat kecepatan pelayanan barista dan waiter - Ketepatan waktu saat menyajikan order pada konsumen - Tingkat kesigapan barista dan waiter dalam membantu konsumen <p>Keyakinan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan dari barista dan waiter dalam memberikan penjelasan menu kepada konsumen - Tingkat pengetahuan dari barista dan waiter dalam menjawab pertanyaan dari konsumen - Tingkat konsisten dari rasa menu yang disediakan - Kemampuan dari pegawai dalam melayani pembayaran <p>Empati</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tingkat kepedulian barista dalam membantu konsumen yang kebingungan dalam memilih menu
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat inisiatif dari barista untuk membantu menawarkan menu favorit kepada konsumen - Tingkat kepedulian dari barista dn waiter dalam menangani keluhan dari konsumen
2018	Hiram Ting, Wee Ming Lau, Jun-hwa Cheah, Yusman Yacob, Mumtaz Ali Memon, Evan Lau	<i>Perceived quality and intention to revisit coffee concept shops in Malaysia : A mixed-methods approach</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>The people there are trained to do a few things but do each of them well</i> - <i>Compared to kopitiam (local coffee shop), they are more organized. I think they have not mishandled may order before</i> - <i>The people there are nice, and they usually communicates politely</i> - <i>They don't really offer much service. But I find them to be patient when I look some time to consider what to drink at one time</i>
2021	Bernhard Fabian Bichler, Birgit Pikkemaat and Mike Peters	<i>Exploring the role of service quality, atmosphere and food for revisits in restaurant by</i>	<p>Reliability</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>All ordered drinks were served quickly and perfectly</i>

		<p><i>using a e-mystery guest approach</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Delivery of all ordered drinks and food left nothing to be desired</i> - <i>The entire order was placed quickly and easily</i> - <i>I was able to order immediately after receiving the drinks/menu</i> <p>Responsiveness</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>I was immediately noticed</i> - <i>The welcome was very friendly</i> - <i>I was immediately offered a suitable place/table.</i>
--	--	--	--

Sumber: Jurnal dari beberapa sumber

2.3 Kualitas Makanan

Kualitas makanan yang dimaksud adalah suatu kualitas dari makanan dan minuman yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen karena dalam restoran makanan dan minuman merupakan produk dasar sehingga kualitas produk menjadi bagian yang penting dalam keseluruhan bagian dari restoran (Qin et al, 2014).

2.3.1 Dimensi Kualitas Makanan

Menurut Qin et al (2014), dimensi kualitas makanan yaitu:

- Kesegaran Makanan (*Freshness*), dimensi kesegaran makanan berhubungan dengan tekstur, rasa, dan aroma dari makanan.
- Penyajian Makanan (*Presentation*), penyajian makanan merupakan cara restoran menyajikan makanannya ke konsumen, mulai dari komposisi, warna, dan tata letak yang telah ditentukan untuk menarik perhatian konsumen.
- Makanan yang Dimasak Dengan Baik (*WellCooked*), pada dimensi ini, makanan yang diolah dengan higienis dan dimasak sesuai dengan kematangan yang diinginkan.
- Keanekaragaman Makanan (*Variety of Food*), keanekaragaman makanan merupakan jumlah makanan dan minuman yang ditawarkan di menu restoran untuk konsumen.

2.3.2 Indikator Kualitas Makanan

Tabel 2. 2

Indikator Kualitas Makanan

Tahun	Penulis	Judul	Indikator
2012	Kisang Ryu, Hyerin Lee dan Woo Gon Kim	<i>The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intention.</i>	<ul style="list-style-type: none">- <i>Employees served me food exactly as I ordered it</i>- <i>Employees provided prompt and quick service</i>- <i>Employees are always willing to help me</i>- <i>Employees made me feel comfortable in dealing with them</i>

2011	Hokey dan Hyesung	<i>Benchmarking the service quality of fast-food restaurant franchises in the USA</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Cleanliness - Service response time - Employee courtesy - Quality of prior service - Healthy food - Variety of food - Word-of-mouth - Safety - Proximity to a customer's residence - Proximity to a customer's school/workplace - Proximity to a highway or major roads - Amenity - Operating hours - Taste of food - Competitive price
2016	Ramakrishnan, Yun dan Usha	<i>Moderating roles of customer characteristic on the link between service factors and satisfaction in a buffet restaurant</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Replenishment of dishes plates withdrawal - Error-free billing - Reservation honoured - Reservation via internet - Language communication - Dishes' information labeled

2017	Jun, Kang, Dan Hyun	<i>Effects of thirdparty certification on patrons' service quality evaluation in the luxury restaurant industry</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Employees of this restaurant are always willing to help me</i> - <i>Employees have sufficient knowledge to answer my question</i> - <i>This luxury restaurant has my best interest in mind</i>
2012	Ryu, Lee dan Kim	<i>The influence of the quality of the Physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Employees served me food exactly as I ordered it</i> - <i>Employees provided prompt and quick service</i> - <i>Employees are always willing to help me</i> - <i>Employees made me feel comfortable in dealing with them</i>
2018	Hiram Ting, Wee Ming Lau, Jun-hwa Cheah, Yusman Yacob, Mumtaz Ali Memon, Evan Lau	<i>Perceived quality and intention to revisit coffee concept shops in Malaysia : A mixed-methods approach</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>The people there are trained to do a few things but do each of them well</i> - <i>Compared to kopitiam (local coffee shop), they are more organized. I think they have not mishandled may order before</i>

			<ul style="list-style-type: none"> - <i>The people there are nice, and they usually communicates politely</i> - <i>They don't really offer much service. But I find them to be patient when I look some time to consider what to drink at one time</i>
--	--	--	--

Sumber: Jurnal dari beberapa sumber

2.4 Niat Beli Ulang

Niat beli ulang adalah tindakan yang dilakukan konsumen setelah proses pembelian (Kotler, 2021). Sedangkan pengertian niat beli sendiri adalah perilaku konsumen yang terjadi ketika konsumen dirangsang oleh faktor eksternal dan datang untuk membeli Berdasarkan karakteristik keputusan mereka pribadi dan proses pengambilan keputusan (Kotler, 2021).

2.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang

Terdapat empat faktor yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen (Papas et al., 2014), antara lain:

- a. Perhatian (*Attention*), adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa).
- b. Ketertarikan (*Interest*), adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- c. Keinginan (*Desire*), adanya dorongan atau keinginan untuk membeli.
- d. Keyakinan (*Conviction*), adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

2.4.2 Indikator Niat Beli Ulang

Tabel 2. 3

Indikator Niat Beli Ulang

Tahun	Penulis	Judul	Indikator
2018	Nur Hidayat dan Anik Lestari Anjarwati	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Surabaya Timur)	<ul style="list-style-type: none"> - Pembelian ulang suatu produk Teh Botol Sosro yang dipengaruhi kondisi - Kesetiaan seseorang atau individu membeli produk The Botol Sosro
2016	Pebriana Aryadeh & Ni Made Rastini	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang di PT Agung Toyota Denpasar	<ul style="list-style-type: none"> - Saya sudah pernah dan ingin melakukan pembelian kembali mobil merek Toyota di PT Agung Toyota Denpasar - Saya akan menginformasikan kepada teman atau saudara saya agar membeli mobil merek Toyota di PT Agung Toyota Denpasar
2012	Yi-Chin Lin & Pei Wen Huang	<i>Effect of The Big Five Brand Personality Dimensions On Repurchase</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I would buy the same coffee</i> - <i>I am likely to buy the specific coffee</i>

		<i>Intentions : Using Branded Coffee Chains As Examples.</i>	<i>brand rather than other brands</i> - <i>I am likely to buy this specific coffee brand in the future</i>
2014	Hong-Youl Ha, Raphael K. Akamavi, Philip J.Kitchen, Swinder Janda	<i>Exploring key antecedents of purchase intentions within different services. Journal of Services Marketing. Volume 28 No 7.</i>	- <i>I say positive things about this XXX to other people</i> - <i>I would continue to do business with this XXX if its interests increase somewhat</i> - <i>I will not transact at other competitors if the service is available at XXX</i>
	Kuang-Peng Hung, Annie Huiling Chen, Norman, Chris Hackley, Rungpaka Amy Tiwsakul, Chun-lun Chou	<i>Antecedents of luxury brand purchase intention. Journal of Product & Brand Management Vol 20 No.6</i>	- <i>I have strong possibility to purchase Luxury Brand X's product</i> - <i>I'm likely to purchase Luxury Brand X's product</i>
2012	Kisang Ryu, Hye-Rin Lee, Woo Gon Kim	<i>The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer</i>	- <i>I would like to come back to this restaurant</i> - <i>I would consider revisiting this restaurant</i>

		<i>satisfaction, and behavioral intention</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I would recommend this restaurant to my friend or others</i> - <i>I would say positive things about this restaurant to others</i> - <i>I would encourage others to visit this restaurant</i>
2013	Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - Warung Makan Bebek Gendut menjadi tempat pilihan utama bagi konsumen untuk makan - Ketersediaan konsumen melakukan pembelian kembali - Keinginan konsumen datang lagi dengan mengajak keluarga atau teman-teman lain
2019	Fajar Sentoso	Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> - Menjadikan pilihan pertama - Minat dalam melakukan pembelian kembali

		Crunchaus Salads di pakuwon Mall Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> - Bersedia untuk menjadi pelanggan setia
2019	Mahafuz Mannan, Nusrat Chowdhury, Priodosrshine Sarker, Riasat Amin	<i>Modeling customer satisfaction and revisit intention in Bangladeshi dining restaurant</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>In the future, I would like to visit this restaurant</i> - <i>I have intention to visit this restaurant with my friends in the near future</i> - <i>I will prefer this restaurant over other restaurants</i>
2019	Phang Grace Ing, Ng Zheng Lin	<i>Customer Loyalty in Sabah Full-Service Restaurant</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I consider myself a regular customer of this restaurant</i> - <i>I consider this restaurant to be my first choice when eating at this type of restaurant</i> - <i>I intend to eat again at this restaurant</i>
2016	Edward S.-T. Wang Jia-Rong Yu	<i>Effect of product attribute beliefs of ready-to-drink coffee beverages on consumer-perceived value and repurchase intention</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>The likelihood that I would repurchase the RTD coffee beverage is very high</i> - <i>The likelihood that I will consider repurchasing the RTD coffee</i>

			<p><i>beverage is very high</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>My willingness to repurchase the RTD coffee beverage is very high</i>
2015	Daniel Irawn, Andry Sunarto, Adriana Aprilia, dan regina Jokom	Daniel Irawn, Andry Sunarto, Adriana Aprilia, dan regina Jokom Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Restoran Ikan Bakar Cianjur	<p><i>Willingness to buy</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Keinginan untuk membeli ulang suatu produk <p><i>Trend to repurchase</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Perilaku seseorang dalam melakukan pembelian kembali produk di masa yang akan datang <p><i>More repurchase</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Keinginan seseorang dalam membeli variasi produk lain <p><i>Repurchase the same type of product</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Perilaku seseorang dalam menjadikan preferensi utama produk tersebut.
2013	Vina Herawati	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Private Label	<ul style="list-style-type: none"> - Pembelian ulang produk pada kategori makanan <i>private label carrefour</i>

		“Carrefour” Di Carrefour Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi	- Kesetiaan pelanggan dalam membeli suatu produk pada kategori makanan <i>private label carrefour</i> meskipun terdapat makanan dari merek lain.
--	--	---	--

Sumber: Jurnal dari beberapa sumber

2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang

Ketika mendatangi sebuah restoran, tentunya kita mengharapkan mendapatkan pelayanan yang baik, seperti pesanan cepat datang, karyawan ramah dan sopan,

dan masih banyak lagi. Jika faktor tersebut tidak terjalankan, tentunya kita sebagai konsumen akan merasa malas untuk melakukan pembelian ulang pada restoran tersebut. Maka dari itu, kualitas pelayanan berpengaruh pada niat beli ulang.

Tabel 2.4

Journal Mapping Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan dan Niat Beli Ulang

Tahun	Penulis	Judul	Jurnal	Variabel	Pengumpulan Data	Analisis	Hasil
2019	Julius Mahesa Narawastu	Analisis Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Service Quality</i> Terhadap Niat Beli Ulang di	<i>Unpar Journal Management</i>	Independen: Store Atmosphere dan Service Quality Dependen: Niat beli ulang	Judgement Sampling	Analisis Linier Berganda	- <i>Service quality</i> berpengaruh positif terhadap niat beli ulang

		Humanity Coffee					
2016	Isti Faradisa, Leonardi Budi H, Maria M Minarsih	Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian <i>Coffee Shop</i> Semarang (Icos Café)	Unpar journal manage ment	Independen: Variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan Dependen: Niat Beli Ulang	<i>Sensus Sampling</i>	<i>Multiple linear regression</i>	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang
2020	Santirianing Rum Soebandhi, Abdul Wahid, Ira Darmawanti	<i>Service quality and store atmosphere on customer satisfaction and repurchase intention</i>	-	Independen: <i>Service quality dan store atmosphere</i> Dependen: <i>Customer satisfaction dan repurchase intention</i>	<i>Purposive sampling</i>	<i>Partial Least Square- structural Equation Modeling (PLS- SEM)</i>	<i>Service Quality</i> berpengaruh <i>Significant</i> terhadap <i>repurchase intention</i>

2020	Desman Hidayat, Aryo Bismo, Amelia Ruwaida Basri	<i>The Effect of Food Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study of Hot Plate Restaurant)</i>	-	Independen: <i>Food quality, service quality</i> Dependen: <i>Customer satisfaction, repurchase intention</i>	<i>Simple random sampling</i>	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	<i>Service Quality berpengaruh signifikan terhadap repurchase intention</i>
------	--	---	---	--	---------------------------------------	--	---

Sumber: Jurnal dari beberapa sumber

Berdasarkan *journal mapping* diatas yang berjumlah 4 jurnal, memperoleh hasil yang *significant* untuk hipotesis kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang. Oleh karena itu, penulis mengajukan H₁, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.

2.6 Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Niat Beli Ulang

Dalam sebuah restoran, faktor kualitas makanan sangatlah penting karena bisa menjadi ciri khas dari restoran tersebut. Salah satu alasan utama konsumen dalam melakukan pembelian di suatu restoran adalah makanan yang enak. Dengan adanya pemenuhan standar dan poin dari kualitas makanan, konsumen akan mendapatkan pengalaman yang positif. Pada akhirnya akan membuat konsumen tersebut melakukan pembelian ulang.

Tabel 2.5

Journal Mapping Pengaruh Antara Kualitas Makanan dan Niat Beli Ulang

Tahun	Penulis	Judul	Jurnal	Variabel	Pengumpulan Data	Analisis	Hasil
2021	Natasya Amelia Clarisa	Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Food Quality dan Store Atmosphere Terhadap Niat Beli Ulang di Meokja Korean BBQ	<i>UNPAR Journal of Management</i>	Independen: <i>Food quality, Store atmosphere</i> Dependen: Niat beli ulang	<i>Judgement sampling</i>	Regresi Linier Berganda	Kualitas makanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel niat beli ulang
2018	Dwiputra Hutama, Achmad Fauzi DH, & Lusy Deasyana Rahma Devita	Pengaruh <i>Food Quality dan Brand Image</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	Jurnal Adminis trasi Bisnis	Independen: <i>Food Quality dan Brand Image</i> Dependen: <i>Repurchase Intention</i>	<i>Non probability sampling</i>	Regresi linier Berganda	Variabel <i>food quality</i> mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap <i>repurchase intention</i> -

Sumber : Jurnal dari beberapa sumber

Berdasarkan *journal mapping* yang dilakukan penulis, untuk hipotesis

kualitas makanan terhadap niat beli ulang memperoleh hasil *significant*. Oleh karena itu, penulis mengajukan hipotesis H₂, kualitas makanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Makanan adalah kebutuhan manusia yang wajib dipenuhi yang dinamakan kebutuhan primer. Seiring berkembangnya zaman, makanan dibagi menjadi beberapa klasifikasi makanan, seperti makanan pembuka (*appetizer*), makanan utama (*main course*), dan makanan penutup (*dessert*). Umumnya, makanan pembuka adalah makanan ringan, lalu makanan utama merupakan hidangan makanan berat, kemudian ditutup dengan makanan manis atau dikenal dengan *dessert* memiliki rasa yang manis karena rasa manis dapat memberikan rasa yang kenyang dan dipercaya dapat menetralkan rasa makanan yang sebelumnya dimakan.

Makanan dapat dijadikan sebagai ide bisnis yang biasa kita kenal sebagai bisnis kuliner. Kata kuliner berasal dari kata serapan dari Bahasa Inggris yaitu *culinary*. Dalam Bahasa Inggris *culinary* memiliki arti yaitu hal yang berhubungan dengan dapur dan keahlian masak-memasak. Bisnis kuliner merupakan usaha yang paling mudah dijalankan dan mempunyai peluang yang cukup besar untuk berhasil. Tidak hanya itu, bisnis kuliner juga bisa dijalankan dengan modal yang lebih minim. Pada setiap daerah selalu memiliki kuliner yang bermacam-macam yang bisa menjadi ciri khas dari daerah tersebut.

Bisnis kuliner dapat dilakukan secara *online* atau bisa juga membuka restoran/tempat makan. Setiap bisnis kuliner dapat menciptakan *brand* yang menjadi ciri khasnya tersendiri. Contoh *brand* makanan yang sudah dikenal oleh masyarakat banyak adalah Hoka-Hoka Bento, J.CO, KFC, McDonalds, dan masih banyak lagi. Pada penelitian ini, penulis akan berfokus pada salah satu restoran cukup terkenal yang ada di mall Paris Van Java, Bandung, Jawa Barat yaitu Solaria.

Solaria awal mulanya didirikan pada tahun 1995. Solaria merupakan restoran yang didirikan oleh Aliuyanto, S.E. yang merupakan karyawan biasa. Restoran Solaria terdapat berbagai macam makanan dan minuman seperti

chicken cordon bleu, nasi goreng teri medan, kwetiau siram ayam, nasi ayam goreng mentega dan masih banyak menu lainnya. Solaria amat dikenal karena hampir di semua mall besar bahkan di pinggiran jalan terdapat restoran ini.

Solaria masih mempunyai peminat yang banyak sampai saat ini. Dikutip dari Roymorgan.com, Solaria sampai saat ini memiliki peminat sebesar 3,2 juta orang dan memasuki 10 restoran terlaris di Indonesia. Solaria sudah mengembangkan citra yang baik di benak konsumen, yaitu sebagai restoran yang berkonsep *casual dining* yang menyediakan makanan Indonesia, China, dan Eropa yang cocok di lidah konsumen Indonesia, bersertifikat halal, dan harga yang murah karena Solaria menargetkan konsumen menengah ke bawah. Dilansir dari detikfood.com, *Casual dining* adalah restoran yang lebih memiliki suasana yang informal dan menyajikan makanan dengan harga yang terjangkau. Restoran yang masuk dalam klasifikasi restoran *casual dining* adalah Solaria, Tawan, Bakmi GM, MM Juice, Giggle Box, Es Teler 77, dan masih banyak lagi. Oleh karena keberhasilannya, Solaria berhasil mendirikan sekitar 200 gerai yang tersebar di 31 provinsi dan 55 kota besar (Banyuwangi.jatimnetwork.com, 2023). Namun, penulis melihat adanya masalah yang signifikan di salah satu cabang Solaria yang berlokasi di mall Paris Van Java, Bandung. Berdasarkan observasi penulis, Solaria yang berlokasi di mall Paris Van Java terlihat sepi pengunjung dibandingkan dengan cabang Solaria lainnya.

Pada 17 Juni 2023, penulis melakukan observasi ke beberapa cabang Solaria (Solaria Cihampelas Walk, Solaria Paskal 23, dan Solaria PVJ) untuk membandingkan kondisi restoran.

Gambar 1. 1

Perbandingan Suasana Cabang Solaria, 17 Juni 2023

Solaria PVJ



Solaria Cihampelas Walk



Solaria Paskal 23



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

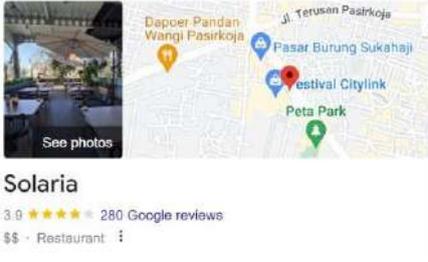
Penulis melakukan observasi pada pukul 16.30 untuk Solaria Cihampelas Walk, pukul 17.30 untuk Solaria Paskal 23, dan pukul 18.30 untuk Solaria PVJ pada tanggal yang sama, yaitu pada tanggal 17 Juni 2023. Apabila dilihat dari kondisi restoran (**Gambar 1.1**), Solaria PVJ terlihat lebih sepi pengunjung daripada Solaria Cihampelas Walk dan Solaria Paskal 23.

Tabel 1. 1

Perbandingan Google *Ratings* Cabang Solaria Bandung 2023

<p>Solaria PVJ</p>		<p><i>Ratings</i> 3.1</p>
<p>Solaria Super Indo Dago</p>		<p><i>Ratings</i> 4.8</p>
<p>Solaria Plaza Parahyangan</p>		<p><i>Ratings</i> 5.00</p>
<p>Solaria Cihampelas Walk</p>		<p><i>Ratings</i> 4.3</p>

<p>Solaria 23 Paskal</p>	 <p>Solaria • 23 Paskal 3.4 ★★★★★ 62 Google reviews Restaurant</p>	<p><i>Ratings</i> 3.4</p>
<p>Solaria TSM</p>	 <p>Solaria TSM Bandung (Solaria - Trans Studio Mall Bandung) Directions Save Call 3.7 ★★★★★ 115 Google reviews \$\$ · Restaurant</p>	<p><i>Ratings</i> 3.7</p>
<p>Solaria Transmart Buah Batu</p>	 <p>Solaria - Transmart Buah Batu 4.0 ★★★★★ 131 Google reviews Restaurant</p>	<p><i>Ratings</i> 4.0</p>
<p>Solaria Istana BEC</p>	 <p>Solaria - Istana BEC 3.5 ★★★★★ 66 Google reviews Restaurant</p>	<p><i>Ratings</i> 3.5</p>
<p>Solaria King's Shopping Center</p>	 <p>Solaria King's Shopping Center 3.8 ★★★★★ 97 Google reviews Restaurant</p>	<p><i>Ratings</i> 3.8</p>

<p>Solaria Kiara Artha Park</p>		<p><i>Ratings</i> 4.3</p>
<p>Solaria Festival Citylink</p>		<p><i>Ratings</i> 3.9</p>
<p>Solaria Metro Indah Mall Bandung</p>		<p><i>Ratings</i> 3.5</p>

Sumber: Google *Ratings*

Solaria mempunyai 12 cabang di Kota Bandung yang berlokasi di Super Indo Dago, Plaza Parahyangan, Paris Van Java, Cihampelas Walk, Paskal 23, TSM, Transmart Buah Batu, Istana BEC, King’s Shopping Centre, Kiara Artha Park, Festival City Link, dan Metro Indah Mall. Menurut data pada **Tabel 1.1**, Solaria yang berlokasi di Paris Van Java Mall terbukti memiliki *rating* paling rendah (sebesar 3.1). Untuk menambah bukti bahwa Solaria PVJ memiliki *rating* yang rendah, penulis mendapatkan beberapa *rating* Solaria PVJ di beberapa website lainnya.

Gambar 1.2

Rating Solaria PVJ

Solaria PVJ

★★★★☆ 27 ulasan

🏠 Solaria Paris Van Java Mall Lantai LG, Jl. Sukajadi No.137/139, Cipedes, Jawa Barat

☎ +62 21 14099

🌐 solariaresto.co.id

✎ sarankan edit

Sumber: IDFIRMS

Gambar 1.3

Rating Solaria PVJ



Sumber: Ulasan Tempat

Penulis menemukan *rating* di beberapa *website* lainnya, seperti ulasan tempat dan IDFIRMS yang mencantumkan *rating* Solaria PVJ buruk (sebesar 2.5 dan 2.3). Selanjutnya, penulis mencari tahu lebih dalam mengenai alasan mengapa konsumen memberi *rating* yang sangat rendah untuk Solaria yang berlokasi di mall PVJ dari ulasan Google.

Gambar 1.4

Ulasan Buruk Solaria PVJ pada Google Review



(Original)

Solaria yg pernah saya temui dengan pelayanan yg buruk! Beda bgt sama yg di gambir dan paskal itu lebih baik dari pada yg di pvj, cumn minta di take away makanan yg emng masi banyak porsi nya, sudh di ambil sama mba kasir nya baik sih org nya, ada yg anterin bungkus take away an nya beda org, ngasi nya kaya yg di lempar/di ayun kresek nya, bener2 kurng attitut sih ini mah!



Yanti Rahmawati

Local Guide · 5 reviews · 3 photos



★★★★☆ 3 weeks ago **NEW**

Dine in | Brunch | Rp 25,000–50,000

Tempat nya sekarang lebih terbuka dan enak,g kaya dl kl mau cari solaria muter2,tapi makanan ny jd beda yah si ayam katsu ny kurang krispi,sm nasi capcay seafood udang ny bau amis banget,ga seger,orange juice ny jg beda..tp kl pelayanan nya sih oke ramah,,cm dari masakan aja yg jd ga enak

(Translated by Google)

The place is now more open and delicious, not like when I want to look for solaria muter2, but the food is different, the chicken katsu is not crispy enough, the capcay rice, seafood shrimp, smells really fishy, not fresh, the orange juice is also different.. But if the service is okay, it's friendly, just from the food, it's not delicious

(Original)

Sepertinya porsi spageti semakin sedikit dan ga seenak di solaria lainnya.
Dan jus alpukatnya kebanyakan es, jd kurang berasa alpukatnya dan coklatnya

Sebaiknya kalau meja penuh, calon customer dimasukan ke waiting list yg nantinya dipanggil sesuai urutan. Bukannya dibiarkan customer kebinqungan sendiri nunquuin meja orang yg lagi makan, belum



Happy Dinar

1 review · 1 photo



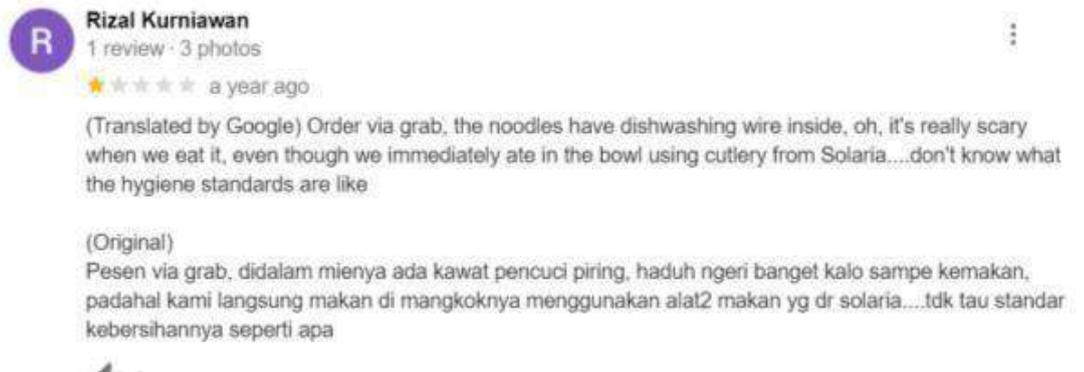
★☆☆☆☆ a year ago

(Translated by Google) Solaria PVJ Bandung is really bad...the strawberry milkshake tastes like all ice cubes. Order 2 plates of fried rice, some a little, some a lot, it's not clear. Previously a favorite place to eat, now it's not

(Original)

Solaria PVJ Bandung parah abis..milkshake strawberry rasanya es batu semua. Pesan nasi goreng 2 piring ada yg dikit ada yg banyak gak jelas. Tadinya tempat makan favorit sekarang jd gk deh





Sumber: Google *Review*

Menurut *review* konsumen pada **Gambar 1.4**, sebagian besar konsumen berkomentar buruk mengenai kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang masih harus ditingkatkan dari Solaria PVJ.

Gambar 1.5

Perbandingan Nasi Goreng Tomyum Solaria, 17 Juni 2023



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Penulis memesan menu nasi goreng tomyum ayam karena menurut karyawan Solaria menu yang paling diminati adalah nasi goreng tomyumnya.

Tabel 1. 2**Perbandingan Kualitas Makanan Solaria Cihampelas Walk, Solaria Paskal 23, dan Solaria PVJ**

Cabang Solaria	Perbandingan Kualitas Makanan
Solaria PVJ	Menurut penulis, rasa dari nasi goreng Solaria PVJ terasa hambar, tidak berasa gurih seperti nasi goreng tomyum di Solaria Cihampelas Walk dan Solaria Paskal 23. Rasa dari tomyumnya juga tidak terasa, penulis seperti memakan nasi goreng biasa, bukan nasi goreng tomyum. Dari segi warna makanan, nasi goreng tomyum Solaria PVJ terlihat beda sendiri (nasi goreng tomyum Solaria Paskal 23 dan Solaria Cihampelas Walk memiliki warna coklat kemerahan, sedangkan nasi goreng tomyum Solaria PVJ berwarna coklat pekat). Beberapa baso dari nasi goreng tomyumnya terasa asam sampai penulis tidak bisa menghabiskannya. Dari porsi, menurut penulis nasi goreng tomyum Solaria PVJ memiliki <i>topping</i> yang sedikit.
Solaria Cihampelas Walk	Menurut penulis, nasi goreng tomyum Cihampelas Walk memiliki rasa yang tepat dengan selera penulis. Rasa tomyumnya terasa, tidak terlalu asin, dan tidak hambar juga. Baso, daging, sayuran dari nasi goreng tomyum Cihampelas Walk sangat <i>fresh</i> . Namun, menurut penulis, Tingkat kematangan baso belum sesuai (masih agak keras). Nasi goreng tomyum Solaria Cihampelas Walk memiliki porsi yang cukup banyak.
Solaria Paskal 23	Menurut penulis, rasa dari nasi goreng tomyum Solaria Paskal 23 paling terbaik dari Solaria PVJ dan Cihampelas Walk. Rasanya sangat enak dan gurih. Rasa dari tomyumnya pun sangat berasa.

	<p>Nasi goreng tomyum ini terdiri dari baso, daging ayam, beberapa potong nanas, acar, dan daun bawang. Bahan makanan dari nasi goreng tomyum ini sangat <i>fresh</i> dan enak.</p>
--	---

Selain dari segi kualitas makanannya, penulis menemukan kejanggalan dalam kualitas pelayanan di Solaria PVJ, yaitu pesanan penulis yang lama sekali datang padahal restoran dalam keadaan sepi. Penulis masih harus menunggu selama 50 menit padahal kondisi restoran sedang sepi pengunjung. Penulis mencoba memanggil karyawan untuk menanyakan soal makanan yang penulis pesan. Namun, karyawan tersebut hanya menjawab “sebentar ya kak” tanpa kembali lagi. Jadi, penulis harus memanggil karyawan kedua kalinya kepada karyawan yang berbeda. Selain itu, karyawan bersikap tidak sopan kepada penulis karena bersikap acuh kepada permintaan penulis.

Penelitian penulis tidak berhenti sampai disana, penulis masih penasaran dengan kualitas makanan Solaria PVJ. Maka dari itu, pada 17 Juni 2023, selain membeli makanan di tempat, penulis juga mencoba untuk *take away* makanan Solaria PVJ. Penulis memilih untuk memesan nasi capcay dari Solaria PVJ. Penulis memutuskan untuk *take away* pesannya karena ingin menguji ketahanan makanan dan keamanan kemasan.

Gambar 1. 6

Nasi Capcay Solaria PVJ, 17 Juni 2023

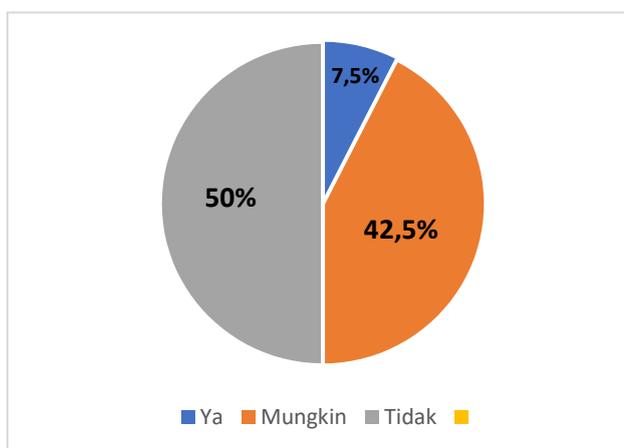


Sumber: Data Olahan Penulis, 17 Juni 2023

Dilihat dari **Gambar 1.6**, kemasan makanan Solaria cukup aman (tidak mudah tumpah) dan berkualitas. Namun, penulis tidak menyukai rasa dari nasi capcay Solaria PVJ karena rasanya terlalu hambar. Sayuran (brokoli, wortel, kol) dari capcay tersebut juga tidak *fresh*. Baso dari capcaynya juga terasa asam. *Review* dari salah satu teman saya yang ikut mencoba nasi capcay tersebut adalah sayuran dari nasi capcay tersebut kurang matang. Selain itu juga, penulis meminta sambal kepada karyawan Solaria PVJ. Namun, cuman terdapat sendok, garpu, dan tissue saja.

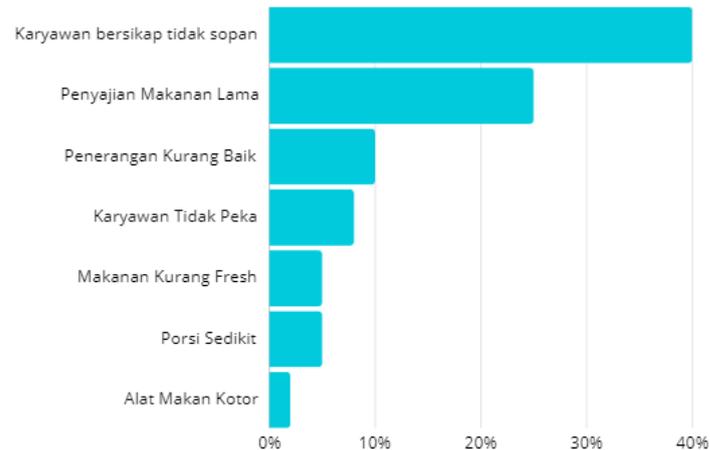
Untuk memperkuat alasan dan bukti lainnya, penulis melakukan *preliminary research* dengan wawancara kepada 40 responden yang sudah pernah mendatangi secara langsung dan membeli produk Solaria PVJ melalui wawancara.

Gambar 1. 7
Niat Beli Ulang Solaria PVJ



Sumber : Data Olahan Penulis

Gambar 1. 8
Alasan Responden Tidak Berniat Membeli Ulang Solaria PVJ



Sumber: Data Olahan Penulis Juni 2023

Hasil *preliminary research* menyatakan bahwa sebesar 50% atau sebanyak 20 responden tidak berniat untuk melakukan pembelian ulang di Solaria PVJ, 42,5% atau sebanyak 17 responden mungkin berniat melakukan pembelian ulang di Solaria PVJ, dan sebesar 7,5% atau sebanyak 3 orang berniat melakukan pembelian ulang di Solaria PVJ. Kemudian penulis menanyakan lebih lanjut mengenai alasan responden tidak berniat membeli ulang di Solaria PVJ. Alasan-alasan tersebut adalah karyawan tidak bersikap sopan, porsi makan sedikit, rasa dari makanannya hambar, alat makan kotor, penyajian makanan yang sangat lama, karyawan tidak respon pada kebutuhan dan keinginan konsumen, makanannya kurang *fresh*, dan penerangannya kurang. Alasan yang paling banyak disebutkan adalah karyawan bersikap tidak sopan dan penyajian makanan lama.

Menurut hasil data sekunder yang sudah dikumpulkan penulis, hasil *preliminary research* yang dilakukan dalam bentuk wawancara dan observasi sudah sangat terlihat mengenai penyebab dari menurunnya niat beli ulang konsumen Solaria PVJ. Dapat disimpulkan bahwa yang menjadi permasalahan terhadap kurangnya niat beli ulang di Solaria PVJ adalah kualitas pelayanan

dan kualitas makanan yang perlu ditingkatkan lagi. Melihat adanya latar belakang dari permasalahan ini, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh dengan judul **“Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Restoran Solaria PVJ Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Solaria PVJ?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas makanan di Solaria PVJ?
3. Bagaimana niat beli ulang konsumen terhadap restoran Solaria PVJ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap niat beli ulang konsumen Solaria PVJ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat pada 1.2, dapat dibuat tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Solaria PVJ.
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas makanan di Solaria PVJ.
3. Untuk mengetahui niat beli ulang konsumen terhadap restoran Solaria PVJ.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap niat beli ulang konsumen Solaria PVJ.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap dengan dilakukannya penelitian ini, hasil yang didapatkan dapat berguna dan juga bermanfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan dalam mengambil keputusan terutama dalam meningkatkan niat beli ulang konsumen Solaria PVJ.

2. Bagi Pembaca

Penulis berharap hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi serta wawasan bagi pembaca mengenai pentingnya variabel kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap niat beli ulang konsumen.

3. Bagi Penulis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat berguna bagi penulis itu sendiri sebagai pengalaman dalam menyusun dan menulis proposal penelitian dan dapat menambah ilmu dan pengetahuan.

1.5 Kerangka Berpikir

Solaria merupakan salah satu restoran *casual dining* yang masih mempunyai banyak peminat. Solaria telah berhasil mendirikan 200 gerai di Indonesia. Untuk mencapai keberhasilannya, ada banyak hal yang harus diperhatikan. Salah satu cabang Solaria yang berada di Mall PVJ, Bandung tampak sepi pengunjung dan memiliki *rating* dan ulasan yang buruk.

Menurut Kotler (2021), kinerja kualitas pelayanan bisa berupa suatu tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat di kepemilikan barang apapun dan pada siapapun. Untuk mencapai harapan konsumen, kualitas pelayanan dapat diwujudkan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian yang hal tersebut nantinya akan mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Baik tidaknya sebuah kualitas jasa tergantung pada usaha jasa apakah mampu atau tidak memberikan pemenuhan harapan pelanggannya secara konsisten (Tjiptono, 2019). Namun sayangnya, kualitas pelayanan di Solaria PVJ belum memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Banyak konsumen yang memberikan

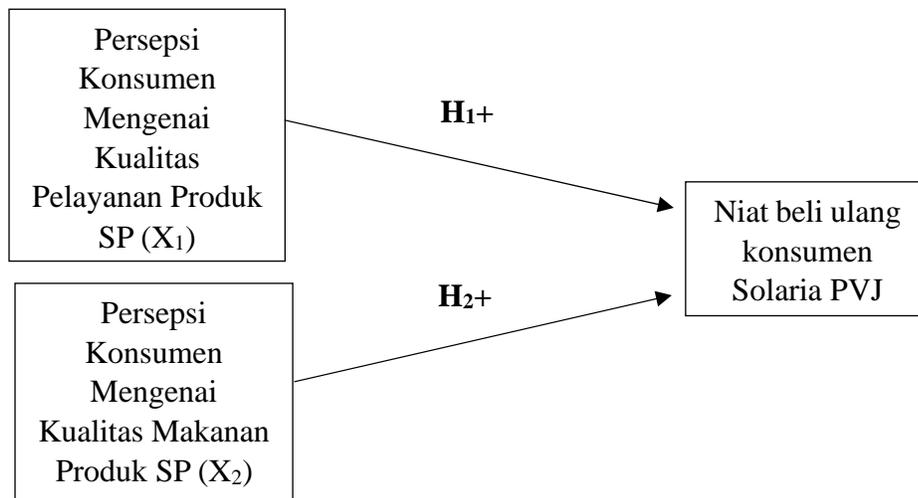
komentar buruk mengenai pelayanan yang lama, pelayanan tidak ramah dan kurang sopan, kebersihan restoran tidak terjaga, dan masih banyak lagi. Hal tersebut menyebabkan konsumen tidak berniat untuk melakukan pembelian ulang pada Solaria PVJ. Pengaruh antara kualitas pelayanan dan niat beli ulang didukung oleh hasil jurnal Julius Mahesa Narawastu yang menyatakan hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang. Selanjutnya, menurut hasil penelitian Santirianing Rum Soebandhi, Abdul Wahid, Ira Darmawanti menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh *significant* terhadap niat beli ulang. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Novia Devina menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.

Selain kualitas pelayanan, Solaria PVJ diharapkan meningkatkan kualitas makanannya dikarenakan banyaknya keluhan mengenai rasa yang hambar, kebersihan produk tidak terjaga, porsinya sedikit, dan makanan yang disajikan tidak terjaga kebersihannya. Kualitas makanan yang dimaksud adalah suatu kualitas dari makanan dan minuman yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen karena dalam restoran, makanan dan minuman merupakan produk dasar sehingga kualitas produk menjadi bagian penting dalam keseluruhan bagian dari restoran. Menurut Kotler (2021), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Jika kualitas makanan tidak terpenuhi, konsumen kemungkinan tidak akan melakukan pembelian ulang. Pengaruh kualitas makanan dengan niat beli ulang didukung oleh hasil penelitian Fajar Sentoso yang menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh terhadap niat beli ulang. Selanjutnya, menurut hasil penelitian Steffi Weliani menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang. Menurut Kotler (2021), niat beli ulang adalah tindakan yang dilakukan konsumen setelah proses pembelian.

Kualitas pelayanan pun berpengaruh terhadap kualitas makanan yang dibuat. Apabila karyawan tidak bisa memasak dan mengolah makanan dengan baik, tentunya kualitas makanan sebuah restoran akan buruk. Menurut Kotler

dan Keller (2021) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Oleh karena itu, penulis membuat kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 1.9
Model Konseptual Penelitian



X₁:

Kua

litas

Pela

yana

nX₂:

Kua

litas

Mak

anan

Y: Niat beli ulang konsumen Solaria PVJ

Dimana variabel X merupakan *dependent variable* dan variabel Y merupakan *independent variable*.

Berdasarkan kerangka berpikir yang sudah disusun, dapat memperoleh hipotesis sebagai berikut.

H₁: Persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen Solaria PVJ.

H₂: Persepsi konsumen mengenai kualitas makanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen Solaria PVJ.