

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA RUMAH MAKAN KAYU BANDAR LAMPUNG

Oleh

KEMAS M. REZA

Manusia mempunyai macam-macam kebutuhan, berjenjang dari kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Salah satu contoh kebutuhan primer adalah makanan dan minuman. Seperti yang kita ketahui, di Bandar Lampung ini telah banyak berdiri rumah makan, banyaknya rumah makan ini menimbulkan terjadinya persaingan diantara mereka. Maka dari itu hampir semua pihak pengelola rumah makan berusaha untuk memenuhi seluruh kriteria yang menjadi pertimbangan konsumen baik dari segi produk maupun jasa yang diberikan sehingga dapat menumbuhkan kepuasan konsumen. Salah satunya adalah RM Kayu, yang menggunakan *marketing mix* untuk memenuhi kepuasannya. Diharapkan dengan terbentuknya kepuasan konsumen, maka akan mempengaruhi niat beli ulang konsumen tersebut.

Dengan banyak munculnya usaha – usaha rumah makan, para pengusaha menghadapi persaingan yang tidak mudah. Tidak semua rumah makan dapat bertahan dalam persaingan ini. Rumah Makan Kayu berusaha untuk mampu bersaing dengan usaha – usaha sejenis lainnya yang berada di Bandar Lampung. Kepuasan konsumen menjadi faktor terpenting karena hal ini dapat mempengaruhi perilaku mereka setelah pembelian. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah : Apakah kepuasan konsumen RM Kayu berpengaruh terhadap niat beli ulang mereka?

Hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa kepuasan konsumen RM Kayu mempunyai pengaruh terhadap niat beli ulangnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*, dan setelah dilakukan perhitungan sampel yang diperoleh sebanyak 96 responden.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan cara menganalisis permasalahan dan mencari pemecahan masalah dengan menggunakan data yang terkumpul dari hasil kuesioner yang dihubungkan dengan teori pemasaran atau pendekatan-pendekatan yang berkaitan dengan teori kepuasan konsumen, teori jasa, teori bauran pemasaran, dan teori niat beli ulang dalam menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat beli ulang konsumen RM Kayu. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang pada tingkat 0,05 dengan probabilitas 0.000. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen RM Kayu berpengaruh besar terhadap niat beli ulang mereka. Model regresi linier yang dihasilkan menunjukkan bahwa semakin positif kepuasan konsumen RM Kayu maka niat beli ulangnya juga akan mengalami kenaikan. Variabel kepuasan konsumen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap niat beli ulang adalah kejelasan informasi promosi, kemudahan akses RM Kayu, dan penataan eksterior serta interior RM Kayu.

Agar kepuasan konsumen RM Kayu dapat lebih meningkat, sebaiknya para karyawan RM Kayu diberikan pelatihan SDM yang lebih baik, sehingga para karyawan RM Kayu memiliki kemampuan yang lebih baik dalam melayani konsumennya. Selain itu, informasi promosi RM Kayu sebaiknya lebih ditingkatkan frekuensinya. Misalnya melalui surat kabar, pamflet, maupun spanduk. Penggunaan media televisi lokal juga dapat membantu promosi RM Kayu kepada masyarakat Lampung. Dengan ini diharapkan, keinginan masyarakat untuk mengunjungi RM Kayu dapat bertambah, yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan RM Kayu.