

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN ULANG DI RESTORAN PINO'S KOTA GORONTALO

Aswin Trisulo¹⁾, Asminar Mokodongan²⁾, Lisna Bantulu³⁾

^{1,2,3} Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Gorontalo

Email: aswintirsulo123@gmail.com¹⁾

Asal Negara: Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian ulang di restoran Pino's Kota Gorontalo. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian ulang di restoran Pino's Kota Gorontalo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, prosedur pengumpulan data yang diperoleh melalui pengumpulan angket/kuesioner, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka, sumber data diperoleh dari data primer dan skunder. Berdasarkan hasil penelitian bahwa faktor-faktor pengaruh (Lokasi, Tampilan Restoran, Tampilan Makanan, Informasi Makanan, Ketersediaan Makanan, Kualitas Makanan, Harga, Promosi atau Diskon, Pelayanan, Kepercayaan) berpengaruh terhadap pembelian ulang konsumen di restoran Pino's Kota Gorontalo. Faktor yang paling berpengaruh terhadap pembelian ulang konsumen di restoran Pino's Kota Gorontalo yaitu kualitas makanan dengan pilihan jawaban baik sebanyak 28 dan baik sekali 10 orang.

Kata Kunci: Pembelian Ulang Konsumen, Faktor-Faktor Pengaruh, Kualitas Makanan, Lokasi, Fasilitas, Tampilan, Suasana, Kepercayaan, Harga, Pelayanan, Pino's Kota Gorontalo.

ABSTRACT

This study examined the factors influencing consumers to repurchase at Pino's restaurant in Gorontalo City. This quantitative research was obtained from primary data (questionnaire collection, observation, documentation) and secondary data (literature study). The results found that factors such as location, restaurant appearance, food display, food information, food availability, quality, price, promotions or discounts, service, and trust affected consumers in repurchasing at Pino's restaurant in Gorontalo City. The most influential factor in consumer repurchases at Pino's restaurant in Gorontalo City is the food quality, with the "good" category answered by 28 people and "very good" by 10.

Keywords: Consumer Repurchases, Influencing Factors, Food Quality, Location, Facilities, Appearance, Atmosphere, Trust, Price, Service, Pino's Gorontalo City.

1. PENDAHULUAN

Makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan utama manusia untuk mempertahankan hidup. Makanan yang baik dan memuaskan diawali dengan timbul selera makan pada seseorang. Selera seseorang timbul dari penampilan makanan yang berkaitan dengan cita rasa, aroma, dan cara penyajiannya. Dengan penampilan yang menarik akan memberikan kepuasan dan kenikmatan bagi orang yang menyantapnya. Oleh karena itu makanan dan minuman yang disajikan selain harus memenuhi unsur zat gizi, bersih, dan bervariasi juga harus disajikan dalam keadaan semenarik mungkin. Penyajian makanan dengan cara semenarik mungkin akan lebih menggugah selera makan seseorang untuk menyantapnya. Dengan demikian hal tersebut dapat memberikan nilai tambah tersendiri dari makanan tersebut.

Makanan yang memiliki penampilan menarik umumnya dapat kita temukan di restoran-restoran. Restoran adalah sebuah tempat usaha yang menyajikan makanan dan minuman kepada konsumen yang datang untuk makan di tempat atau untuk dibawa pulang.

Biasanya, restoran menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman dengan variasi harga dan kualitas yang berbeda. Restoran juga menyediakan fasilitas yang nyaman dan bersih untuk para konsumen, serta memiliki staf yang terlatih untuk melayani konsumen dengan baik. Restoran biasanya memiliki skala yang lebih besar dan luas. Restoran biasanya memiliki ruang makan yang lebih luas, lebih banyak meja dan kursi, dan fasilitas yang lebih lengkap seperti ruang VIP atau Private Dining Room. Pada sebuah restoran umumnya memiliki harga yang lebih tinggi dan kualitas pelayanan lebih baik serta makanan yang disajikan dengan teknik lebih halus dan bahan-bahan yang berkualitas serta memiliki menu yang bervariasi dan kompleks.

Usaha Restoran saat ini semakin populer baik di perkotaan maupun di perdesaan. Pola kehidupan penduduk mengalami perubahan seiring perkembangan zaman yang makin maju. Bagi mereka yang sehari-hari sibuk bekerja hampir tidak memiliki waktu dan tenaga untuk menghidangkan makanan dan minuman untuk keluarga, apalagi untuk

menyelenggarakan dan menyiapkan sendiri hidangan makan untuk acara tertentu. Dengan demikian mereka akan menyerahkan tanggung jawab penyediaan makanan tersebut kepada pihak restoran yang dapat dipercaya untuk memberikan pelayanan dalam menyiapkan suatu makanan dan minuman. Oleh karena itu bidang suatu usaha restoran mengalami perkembangan yang pesat khususnya di perkotaan.

Gorontalo merupakan salah satu kota yang sedang dalam proses perkembangan yang dimana jika dilihat dari sektor kuliner di Gorontalo memiliki potensi yang cukup besar karena wilayah ini memiliki beragam bahan makanan khas yang dapat diolah menjadi berbagai hidangan lezat. Selain itu sektor kuliner di Gorontalo juga terus berkembang dengan hadirnya berbagai restoran dan warung makan yang menawarkan berbagai hidangan lokal dan internasional. Sektor kuliner di kota Gorontalo juga menjadi salah satu yang diharapkan dapat meningkatkan pariwisata di daerah ini. Bisnis makanan atau dapat dikenal dengan istilah kuliner merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan pariwisata di kota Gorontalo. Maka dari itu banyaknya restoran yang dapat menyediakan berbagai macam hidangan lokal dan internasional akan sering kita jumpai di kota Gorontalo.

Restoran menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Tingkat kesibukan pekerjaan dan kepadatan kota sekaligus adanya tren modern saat ini, menyebabkan restoran menjadi salah satu kebutuhan sekaligus gaya hidup bagi masyarakat Gorontalo. Oleh karena itu para pemilik restoran harus mampu memberikan nilai yang diinginkan konsumen untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing. Dalam menghadapi persaingan di bidang kuliner yang semakin ketat, para pemilik bisnis di bidang makanan dan minuman dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berbeda dari yang lain kepada konsumennya. Menurut Presiden Direktur PT Pangan Lestari, Tjahjono Haryono "Jika mereka sudah mampu membuat tren sendiri, pasti akan memiliki nilai jual yang lebih baik. Dan pastinya, akan ada banyak konsumen yang tertarik untuk mencicipi sensasi makan dan minum". (kabarbisnis.com, 2010).

Kota Gorontalo memiliki banyak restoran yang telah berdiri. Restoran-restoran di Gorontalo memiliki berbagai ukuran dari yang restoran berukuran kecil, restoran berukuran sedang, dan restoran berukuran besar. Contoh restoran yang memiliki ukuran besar di Gorontalo yaitu, Angelato, Domestique, DoubleDipps dan Pino's. keempat restoran ini sangatlah terkenal dan populer di kota Gorontalo sehingga akan sangat kecil kemungkinan jika restoran tersebut akan sepi peminat.

Pino's merupakan restoran yang terletak di kota Gorontalo tepatnya di Jl. Jend. Sudirman, Limba U Dua, Kota Sel., Kota Gorontalo, Gorontalo. Restoran Pino's adalah salah satu restoran yang paling banyak diminati di Gorontalo. Restoran Pino's menyediakan bervariasi hidangan makanan dan minuman yang dapat di nikmati di tempat, takeaway, ataupun via food

delivery. Terdapat banyak pilihan menu yang ditawarkan oleh restoran ini dengan harga terjangkau bagi masyarakat Gorontalo, mulai dari yang termurah Rp6.000/porsi sampai yang termahal yaitu Rp45.000/porsi. Pilihan menu yang ditawarkan restoran ini terbilang cukup banyak yaitu 160 daftar menu. Selain itu restoran ini menyediakan beragam fasilitas seperti adanya 2 ruangan VIP ber-AC, meja sebanyak 30, dan kursi sebanyak 169. Untuk lokasi restoran ini juga mudah diakses karena tempatnya yang berada disebelah jalan besar. Dengan fasilitas yang cukup besar dan banyaknya variasi menu yang diberikan, sehingga beberapa faktor diatas membuat banyak konsumen yang datang untuk melakukan pembelian ulang di restoran tersebut. Berikut tabel yang menunjukkan data kunjungan konsumen ke restoran ini, baik konsumen reguler ataupun konsumen repeater.

Data Konsumen yang Melakukan Pembelian Ulang di Restoran Pino's Gorontalo Bulan Januari-Maret 2023

BULAN	JUMLAH KONSUMEN RATA-RATA PERBULAN	KONSUMEN YANG DATANG BERULANG-ULANG RATA-RATA PERBULAN
JANUARI	100	8
FEBRUARI	131	13
MARET	197	17

Berdasarkan data pada tabel menunjukkan bahwa konsumen yang datang pada bulan Januari rata-rata 100 orang dalam satu bulan, dan konsumen yang datang berulang rata-rata 8 orang dalam satu bulan. Pada bulan Februari rata-rata 131 orang, dan yang datang berulang rata-rata 13 orang dalam satu bulan. Sedangkan pada bulan Maret jumlah konsumen yang datang rata-rata 197 orang perbulan, dan jumlah konsumen yang datang berulang rata-rata 17 orang dalam satu bulan untuk memutuskan membeli di Restoran Pino's Kota Gorontalo.

Keputusan pembelian merupakan salah satu perilaku yang telah di buat oleh konsumen ketika mereka ingin membeli suatu produk dengan cara mempertimbangkan dan mempercayai salah satu produk dengan produk lainnya sehingga mereka memutuskan untuk membeli produk dengan keputusan final yang mereka buat. Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena

membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan. Faktor kualitas produk, harga dan lokasi menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kepuasan yang diperoleh oleh konsumen setelah melakukan pembelian. Konsumen cenderung membeli produk yang memiliki kualitas produk yang baik, harga terjangkau, dan lokasinya yang strategis serta dekat dengan pusat perbelanjaan yang dapat menjangkau konsumen. Meningkatnya kepuasan konsumen tidak hanya disebabkan oleh pelayanan yang baik, tetapi harga juga merupakan faktor meningkatnya kepuasan konsumen dan meningkatnya penjualan dalam perusahaan.

Harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk yang mempengaruhi sudut pandang konsumen mengenai produk tersebut. Hal ini menuntut pihak pemilik atau pengelola restoran untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding restoran lainnya. Dengan banyaknya pesaing yang bermunculan di Gorontalo maka pelayanan dan harga pun beraneka macam juga lokasi yang ditempati sehingga dengan begitu akan memunculkan ciri tersendiri.

Dalam menentukan lokasi untuk restoran di Gorontalo banyak pertimbangan yang dilakukan, salah satunya menentukan lokasi yang strategis dan nyaman agar mudah di jangkau. Sehingga para konsumen akan memilih restoran ini sebagai tempat tujuan untuk makan. Kemudian faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan restoran sebagai pilihannya adalah pelayanan, kegiatan pelayanan diarahkan pada terselenggaranya layanan untuk memenuhi kepentingan perseorangan maupun umum melalui cara-cara yang tepat dan memuaskan pihak yang dilayani.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif sederhana. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka). Data utama diperoleh dengan melakukan angket/kuesioner kepada pengunjung restoran Pino's Gorontalo. Adapun data pendukung yang digunakan dalam penelitian sehingga menjadi pelengkap. Adapun data penelitian adalah observasi, dokumentasi, dan memanfaatkan internet untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan penulis adalah teknik analisis data penelitian kuantitatif. data yang diperoleh berasal dari teknik angket/kuesioner, observasi dan dokumentasi.

Menurut Arikunto (2016:12) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif yakni pendekatan penelitian yang menggunakan angka-angka, mulai dari

pengumpulan data, menafsirkan data, hingga memaparkan hasil penelitian. Keseluruhan data hasil penyebaran angket dan observasi disusun dan diuraikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk mendapatkan gambaran hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian dan kemudian disimpulkan untuk dapat menjawab masalah penelitian. Pendekatan kuantitatif yang digunakan adalah kuantitatif sederhana. Dengan tehnik analisis data yang digunakan adalah tehnik analisis data deskriptif persentase dengan menggunakan rumus menurut Anas Sudijono (2008:43).

$$P=f/N \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase

F = Jumlah frekuensi dari setiap jawaban yang menjadi pilihan responden

N = Jumlah frekuensi atau banyaknya individu

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian ulang di restoran Pino's Kota Gorontalo. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada 38 orang responden yang telah melakukan pembelian lebih dari 2 kali di restoran Pino's Gorontalo.

3.1.1. Informasi Responden

3.1.1.1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	20	52,6%
Perempuan	18	47,4%
Total	38	100%

Dari jenis kelamin, ada sebanyak 52,6% responden Pria dan 47,4% responden Wanita. Dari hasil ini ditunjukkan adanya perbedaan jumlah yang tidak terlalu signifikan antara konsumen Pria dan Wanita. Hal ini bisa saja disebabkan karena laki-laki umumnya tidak biasa mengolah makanan sendiri di rumah, sehingga mereka cenderung mencari atau mengambil cara yang lebih praktis yaitu membeli makanan. Selain itu juga bisa disimpulkan bahwa baik pria atau wanita memiliki keinginan yang sama dalam hal mencari kuliner lain selain makanan yang disediakan di rumah disertai suasana lain yang lebih santai dibandingkan dengan suasana dalam rumah yang sering dirasakan setiap hari.

3.1.1.2. Usia

Kategori Usia	Jumlah	Persentase
<18 Tahun	2	5,3%
18-25 Tahun	23	60,5%
26-35 Tahun	8	21,1%
36-45 Tahun	4	10,5%
46-55 Tahun	1	2,6%
>56	0	0%
Total	38	100%

Responden di klasifikasikan menjadi 6 kategori usia. Responden yang terbanyak berada di kisaran usia 18-25 tahun yakni sebesar 60,5%, usia 26-35 tahun sebesar 21,1%, usia 36-45 tahun sebesar 10,5%, selanjutnya usia <18 tahun sebesar 5,3%, dan diikuti oleh usia 46-55 tahun sebesar 2,6%. Dari hasil ini ditunjukkan bahwa usia 18-25 tahun lebih dominan dari pada golongan usia lainnya. Hal ini disebabkan bahwa golongan usia 18-25 tahun berada di golongan usia yang terbilang muda dimana mereka masih suka berkumpul bersama teman-temannya. Sedangkan untuk golongan usia 56 tahun keatas mereka sudah tidak berminat lagi untuk berkumpul di luar rumah dikarenakan dengan usianya yang renta mereka lebih memilih menghabiskan waktu dirumah bersama keluarganya.

3.1.1.3. Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD/SMP	0	0%
SMA/SMK	14	36,8%
Diploma	3	7,9%
Sarjana (S1)	17	44,7%
Magister (S2)	4	10,5%
Total	38	100%

Menunjukkan bahwa konsumen dengan persentase terbesar yaitu 44,7% dengan pendidikan Sarjana (S1), pendidikan SMA/SMK sebesar 36,8%, lalu diikuti oleh Magister (S2) sebesar 10,5%, setelah itu konsumen dengan persentase terkecil yaitu Diploma sebesar 7,9%. Dari hasil ini terdapat jumlah yang hampir sama antara pendidikan terakhir SMA/SMK dengan Sarjana (S1). Hal ini disebabkan karena rata-rata lulusan dari Sarjana (S1) biasanya telah memiliki pekerjaan dan penghasilan setelah lulus dari pendidikan Sarjana (S1) mereka. Begitu juga pada lulusan SMA/SMK mereka biasa sudah mendapatkan pekerjaannya masing-masing.

3.1.1.4. Asal tempat tinggal

Asal Tempat Tinggal	Jumlah	Persentase
Kota Gorontalo	29	76,3%
Kabupaten Gorontalo	3	7,9%
Kabupaten Bualemo	0	0%
Kabupaten Bonebolango	5	13,2%
Kabupaten Gorontalo Utara	1	2,6%
Kabupaten Pohuwato	0	0%
Total	38	100%

Menunjukkan bahwa responden dengan asal tempat tinggal terbanyak adalah Kota Gorontalo yakni sebesar 76,3%. Kabupaten Bonebolango sebesar 13,2%. Kabupaten Gorontalo sebesar 7,9%. Kabupaten Gorontalo Utara sebesar 2,6%. Hasil menunjukkan bahwa konsumen yang berasal dari Kota Gorontalo memiliki jumlah yang signifikan. Hal ini dikarenakan lokasi dari restoran Pino's yang memang strategis berada di pertengahan Kota Gorontalo sehingga banyak konsumen yang berasal dari Kota Gorontalo yang melakukan pembelian di restoran ini.

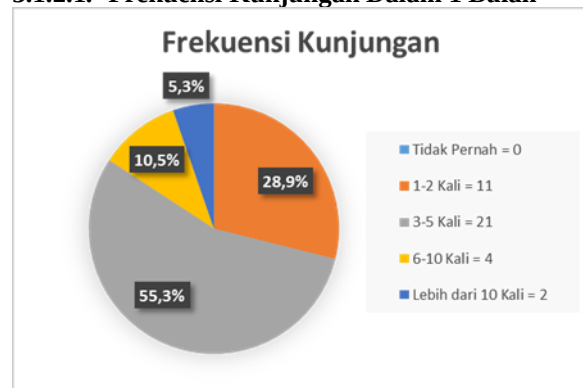
3.1.1.5. Pendapatan

Besar Pendapatan	Jumlah	Persentase
<1.000.000	9	23,7%
1.000.000-3.000.000	15	39,5%
>3.000.000	14	36,8%
Total	38	100%

Menunjukkan bahwa sebesar 23,7% responden memiliki penghasilan kurang dari Rp1.000.000, 36,8% responden yang berpenghasilan lebih dari Rp3.000.000, 39,5% responden yang berpenghasilan Rp1.000.000-Rp3.000.000. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi dijadikan pertimbangan seseorang dalam melakukan pembelian di restoran Pino's. Tingkat pendapatan seseorang berkaitan pula dengan tingkat pendidikan dan jenis pekerjaannya. Pada umumnya konsumen yang memiliki pendapatan sebesar kurang dari Rp1.000.000 lebih memilih mengolah makanan mereka sendiri dirumah dibandingkan dengan konsumen yang memiliki pendapatan di atas Rp1.000.000.

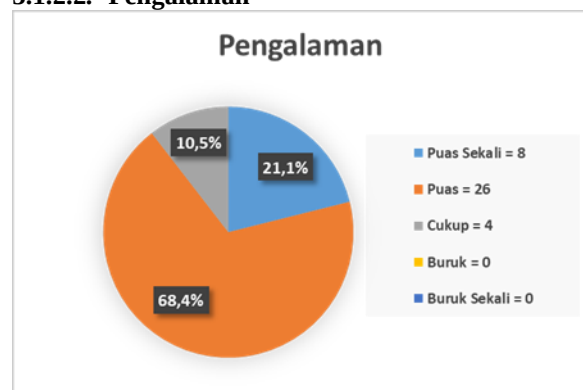
3.1.2. Pengalaman dan Frekuensi Kunjungan

3.1.2.1. Frekuensi Kunjungan Dalam 1 Bulan



Dapat dilihat bahwa ada sebesar 55,3% responden atau sebanyak 21 orang melakukan kunjungan 3-5 kali, lalu sebanyak 11 orang sebesar 28,9% melakukan kunjungan 1-2 kali, setelah itu sebesar 10,5% sebanyak 4 orang melakukan kunjungan 6-10 kali, dan diikuti oleh 2 orang sebesar 5,3% yang melakukan kunjungan lebih dari 10 kali.

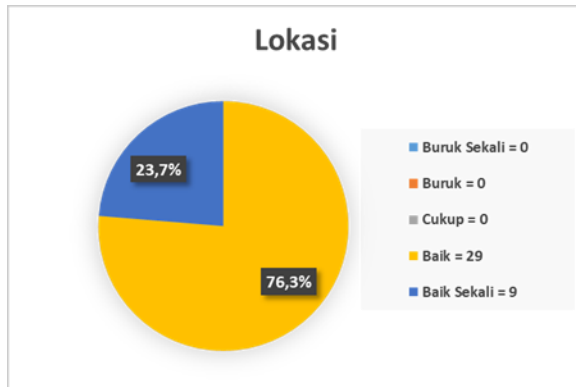
3.1.2.2. Pengalaman



Sebanyak 26 orang atau 68,4% puas dengan pengalaman terakhir mereka saat berada di restoran Pino's, diikuti 8 orang atau sebesar 21,1% merasa puas sekali, sedangkan 4 orang atau 10,5% merasa cukup dengan pengalaman terakhir mereka.

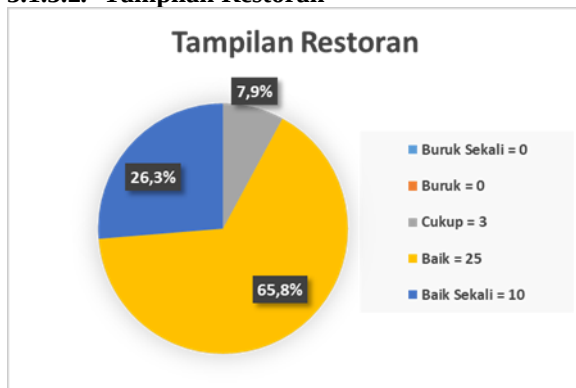
3.1.3. Faktor-Faktor Pengaruh Dalam Pembelian Ulang

3.1.3.1. Lokasi



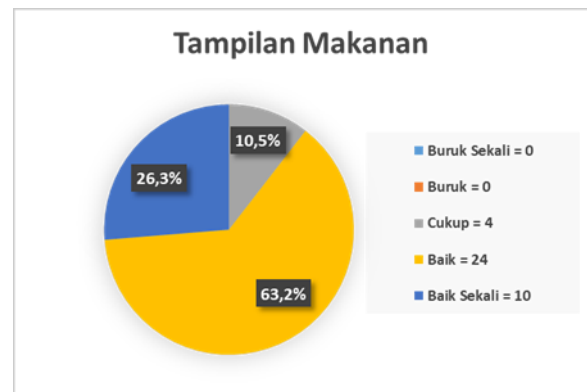
Sebesar 76,3% responden atau 29 orang dari 38 responden memilih baik untuk faktor lokasi restoran Pino's, dan sisanya sebesar 23,7% atau 9 orang dari 38 total responden memilih baik sekali.

3.1.3.2. Tampilan Restoran



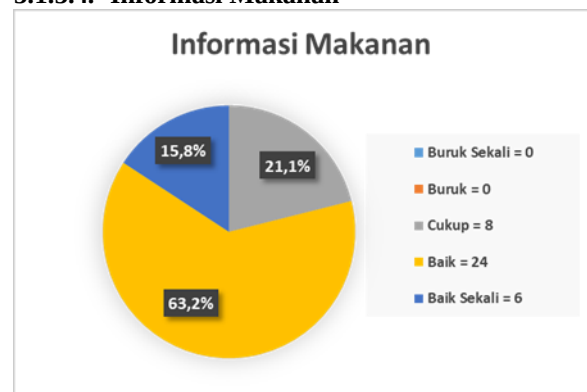
Sebesar 65,8% responden atau 25 orang dari 38 responden memilih baik untuk faktor tampilan di restoran Pino's, dan di lanjutkan sebesar 26,3% responden atau 10 orang dari 38 responden memilih baik sekali, sisanya sebesar 7,9% atau 3 orang dari 38 total responden memilih cukup.

3.1.3.3. Tampilan Makanan



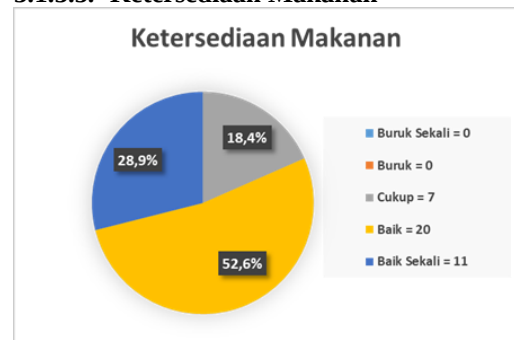
Sebesar 63,2% responden atau 24 orang dari 38 responden memilih baik untuk faktor tampilan makanan di restoran Pino's, dan di lanjutkan sebesar 26,3% responden atau 10 orang dari 38 responden memilih baik sekali, sisanya sebesar 10,5% atau 4 orang dari 38 total responden memilih cukup.

3.1.3.4. Informasi Makanan



Sebesar 63,2% responden atau 24 orang dari 38 responden memilih baik untuk faktor informasi makanan di restoran Pino's, dan di lanjutkan sebesar 21,1% responden atau 8 orang dari 38 responden memilih cukup, sisanya sebesar 15,8% atau 6 orang dari 38 total responden memilih baik sekali.

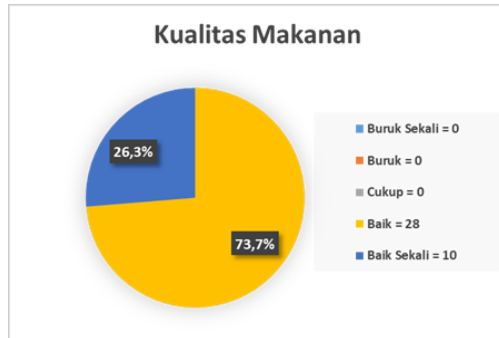
3.1.3.5. Ketersediaan Makanan



Sebesar 52,6% responden atau 20 orang dari 38 responden memilih baik untuk faktor ketersediaan makanan di restoran Pino's, dan di lanjutkan sebesar

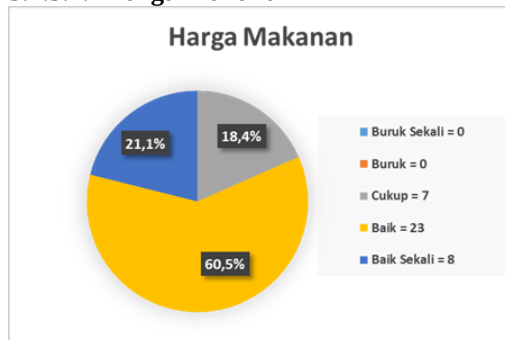
28,9% responden atau 11 orang dari 38 responden memilih baik sekali, sisanya sebesar 18,4% atau 7 orang dari 38 total responden memilih cukup.

3.1.3.6. Kualitas Makanan



Sebesar 73,7% responden atau 28 orang dari 38 responden memilih baik untuk faktor kualitas makanan di restoran Pino's, dan sisanya sebesar 26,3% atau 10 orang dari 38 total responden memilih baik sekali.

3.1.3.7. Harga Makanan



Sebesar 60,5% responden atau 23 orang dari 38 responden memilih baik untuk faktor harga makanan di restoran Pino's, dan di lanjutkan sebesar 21,1% responden atau 8 orang dari 38 responden memilih baik sekali, sisanya sebesar 18,4% atau 7 orang dari 38 total responden memilih cukup.

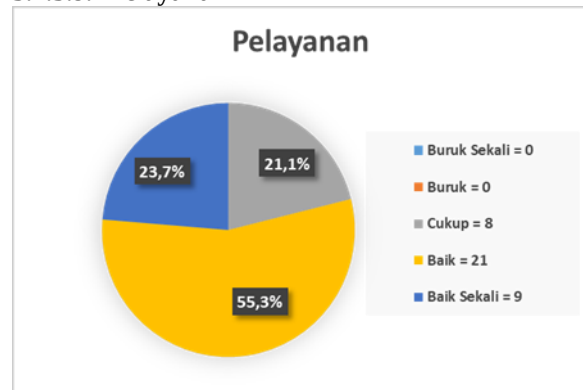
3.1.3.8. Promosi atau Diskon



Sebesar 47,4% responden atau 18 orang dari 38 responden memilih cukup untuk faktor promosi atau diskon di restoran Pino's, dan di lanjutkan sebesar 28,9% responden atau 11 orang dari 38 responden

memilih baik, diikuti sebesar 13,2% atau 5 orang dari 38 responden memilih baik sekali, sisanya sebesar 10,5% atau 4 orang dari 38 total responden memilih buruk.

3.1.3.9. Pelayanan



Sebesar 55,3% responden atau 21 orang dari 38 responden memilih baik untuk faktor pelayanan di restoran Pino's, dan di lanjutkan sebesar 23,7% responden atau 9 orang dari 38 responden memilih baik sekali, sisanya sebesar 21,1% atau 8 orang dari 38 total responden memilih cukup.

3.1.3.10. Kebiasaan Pembelian Ulang

Pembelian Ulang (3 Bulan Terakhir)	Jumlah	Persentase
Tidak Pernah	1	2,6%
1-2 Kali	12	31,6%
3-5 Kali	13	34,2%
6-10 Kali	9	23,7%
Lebih dari 10 kali	3	7,9%
Total	38	100%

Menunjukkan bahwa seberapa sering responden melakukan pembelian ulang pada restoran Pino's dalam waktu 3 bulan terakhir. Dapat dilihat pada table tersebut sebesar 7,9% responden melakukan pembelian ulang lebih dari 10 kali, lalu sebesar 23,7% responden melakukan pembelian ulang sebanyak 6-10 kali, setelah itu 34,2% responden melakukan pembelian ulang sebanyak 3-5 kali, dan diikuti sebesar 31,6% responden melakukan pembelian ulang sebanyak 1-2 kali, sisanya sebesar 2,6% responden tidak pernah melakukan pembelian ulang dalam waktu 3 bulan terakhir.

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti terhadap komunikasi antara departemen Sales & Marketing dan Banquet di Hotel Granq Q Gorontalo, peneliti telah menemukan beberapa hal yang terkait dengan pentingnya komunikasi antara kedua departemen ini, berikut pembahasannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor apa saja Yang Mempengaruhi Konsumen Melakukan Pembelian Ulang Di Restoran Pino's Kota Gorontalo. Hasil dari penelitian

menunjukkan bahwa semua faktor yang mempengaruhi konsumen berperan ketika melakukan pembelian ulang di restoran Pino's. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil jawaban responden yang di analisis menggunakan tehnik analisis data deskriptif persentase.

4.1. Lokasi Restoran

Ditemukan bahwa banyak responden yang memilih baik (29 orang) dan sisanya memilih baik sekali (9 orang) mengenai faktor lokasi dari restoran Pino's. Hal ini disebabkan karena lokasi restoran Pino's yang strategis berada pada pertengahan kota serta aksesnya mudah di jangkau. Oleh karena itu banyak responden memilih baik pada faktor ini dan dikarenakan juga rata-rata responden berasal dari kota Gorontalo. Hal ini sejalan dengan teori menurut Kotler yang menyatakan lokasi adalah tempat dimana aktivitas usaha dilakukan yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Faktor lokasi ini juga meliputi ketersediaan tempat parkir yang memadai. Pada faktor ini dapat dilihat bahwa lokasi menjadi faktor yang berpengaruh terhadap terhadap konsumen ketika ingin melakukan pembelian.

4.2. Tampilan Restoran

Ditemukan bahwa banyak responden yang memilih baik (25 orang), baik sekali (10 orang), dan sisanya memilih cukup (3 orang). Hal ini mengartikan bahwa dari segi faktor tampilan atau desain restoran Pino's menjadi daya tarik bagi masyarakat Gorontalo untuk melakukan pembelian dikarenakan tampilan yang rapi dan bersih dapat meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di restoran Pino's walaupun masih terdapat konsumen yang menilai cukup untuk tampilan restoran Pino's ini. Hal ini sejalan dengan teori dari Andrian dan Nursal yang menyatakan kesan yang diperoleh konsumen saat mengunjungi toko memiliki peran penting dalam menentukan tingkat ketertarikan mereka untuk berbelanja.

4.3. Tampilan Makanan

Banyak responden yang memilih baik (24 orang), baik sekali (10 orang), dan Cukup (4 orang). Dari angka tersebut dapat dikatakan bahwa secara langsung para pelanggan yang melakukan pembelian ulang sudah merasa baik akan tampilan makanan yang diberikan oleh restoran Pino's dan pelanggan merasa tertarik dengan tampilan makanan yang ditawarkan. hal ini didukung oleh teori dari Andrian dan Nursal yang menyatakan kesan yang diperoleh konsumen saat melihat produk memiliki peran penting dalam menentukan tingkat ketertarikan mereka untuk berbelanja.

4.4. Informasi Makanan

Ditemukan bahwa banyak responden yang memilih baik (24 orang), baik sekali (6 orang), dan cukup (8 orang). Hal ini mengartikan bahwa para

pelanggan pada restoran Pino's telah mengerti informasi atas makanan yang restoran Pino's jual dan paham mengenai makanan tersebut. Sehingga mereka tidak ragu terhadap produk yang mereka pilih. Seperti Andrian dan Nursal yang menyatakan, ketidak jelasan informasi produk dapat menyebabkan keraguan konsumen terhadap kualitas produk.

4.5. Ketersediaan Makanan

Ditemukan bahwa banyak responden yang memilih baik (20 orang), baik sekali (11 orang), dan cukup (7 orang). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada restoran Pino's merasa puas dengan pilihan menu makanan mereka. Dikarenakan ketersediaan makanan yang mereka pilih sesuai dengan pilihan makanan yang mereka inginkan. Hal itu sejalan dengan Andrian dan Nursal yang menyatakan, ketersediaan produk adalah kondisi di mana produk tersebut selalu dapat diperoleh dan tersedia untuk konsumen. Walaupun terdapat beberapa orang yang merasa cukup akan hal ini tetapi restoran dapat memberikan alternatif pengganti dengan menawarkan 160 pilihan menu yang berbeda-beda seperti makanan ringan, makanan berat, varian jus, dan minuman.

4.6. Kualitas Makanan

Responden merasa puas akan kualitas makanan yang berada di restoran Pino's hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya responden yang memilih baik (28 orang) dan baik sekali (10 orang). Melihat pilihan dari para responden ditemukan bahwa para konsumen telah menilai pada kualitas makanan yang diberikan oleh restoran Pino's yang dimana kualitas makanan tersebut memiliki kelebihan dan keistimewaannya sendiri dan selalu memenuhi standar. Hal tersebut dapat didukung dengan teori Menurut Andrian dan Nursal, Kualitas produk merupakan aspek yang perlu dijaga agar selalu memenuhi standar yang konsisten, dan teori dari Kotler yang menyatakan, kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Hal-hal yang mempengaruhi Kualitas makanan secara garis besar dapat dinilai melalui warna bahan, bentuk, tekstur, aroma, penampilan, dan rasa.

4.7. Harga Makanan

Terdapat banyak responden memilih baik (23 orang), baik sekali (8 orang), dan cukup (7 orang). Hal ini disebabkan karena restoran Pino's menetapkan harga yang tidak terlalu tinggi pada produk makanannya. Restoran Pino's menetapkan harga dari yang terendah sebesar Rp6.000/porsi sampai yang termahal yaitu Rp45.000/porsi. Sehingga para konsumen bebas memilih makanan apa yang mereka inginkan sesuai dengan ekonomi mereka. Hasil dari faktor harga ini tidak terlepas dari pendapatan para responden. Faktor ini juga sejalan dengan teori menurut Kotler yang menyebutkan harga adalah jumlah nilai

yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Sedangkan definisi harga menurut Andrian dan Nursal adalah, harga merupakan salah satu faktor utama dalam proses pembelian barang, di mana kriteria harga yang terjangkau tidak selalu bermakna harga yang terlampaui murah.

4.8. Promosi atau Diskon

Menunjukkan pilihan baik (11 orang), baik sekali (5 orang), cukup (18 orang), dan buruk (4 orang). Dapat dilihat pada faktor ini menunjukkan bahwa konsumen merasa kurang akan promosi atau diskon dari Restoran Pino's. Hal ini disebabkan karena pihak restoran Pino's jarang memberikan promosi atau diskon kepada para konsumen. Sehingga pada faktor ini konsumen merasa kurang puas. Tentunya faktor ini harus diperhatikan kembali oleh pihak restoran untuk menarik minat para konsumen dengan cara mengingatkan kembali akan produk yang mereka jual melalui penyebaran promosi lewat media sosial ataupun secara langsung dengan memberikan diskon pada waktu tertentu.

4.9. Pelayanan

Ditemukan banyak responden memilih baik (21 orang), baik sekali (9 orang), cukup (8 orang). Hasil tersebut menunjukkan bahwa para konsumen merasa puas akan layanan yang diberikan ketika melakukan pembelian di restoran tersebut karena sudah sesuai dengan harapan dan kebutuhan para konsumen pada saat dilayani. Hal ini sejalan dengan teori dari Kotler, pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

4.10. Faktor Yang Paling Berpengaruh

Dari hasil angket/kuesioner yang sudah dibagikan kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian ulang di restoran Pino's Gorontalo bahwa faktor-faktor tersebut mempengaruhi terhadap konsumen yang melakukan pembelian ulang di restoran Pino's Kota Gorontalo. Dari faktor-faktor tersebut dapat dilihat pengaruhnya melalui hasil dari persentase setiap faktor. Maka pengaruhnya dapat diurutkan sesuai dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas makanan
2. Lokasi restoran
3. Fasilitas restoran
4. Tampilan restoran dan suasana restoran
5. Tampilan makanan
6. Kepercayaan atas makanan
7. Ketersediaan makanan
8. Harga makanan dan pelayanan restoran
9. Informasi tentang makanan
10. Promosi atau Diskon

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas makanan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian dan rata-rata pilihan responden menunjukkan bahwa mereka memberikan penilaian positif terhadap kelebihan dan keistimewaan kualitas makanan di restoran tersebut. Lokasi restoran mempengaruhi konsumen ketika ingin melakukan pembelian dan rata-rata responden memberikan penilaian yang baik terhadap lokasi restoran Pino's Kota Gorontalo dikarenakan lokasi dari restoran ini sudah strategis berada pada pertengahan kota serta aksesnya mudah dijangkau.

Tampilan restoran atau desain restoran Pino's menjadi daya tarik bagi masyarakat Gorontalo untuk melakukan pembelian dikarenakan tampilan yang rapi dan bersih dapat meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di restoran Pino's. begitupun pada fasilitas dan suasana restoran. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata responden menilai baik pada faktor ini.

Dari semua faktor-faktor yang diteliti menunjukkan bahwa rata-rata para responden telah memberikan penilaian baik kepada hampir semua faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di Restoran Pino's Kota Gorontalo. Ketika ingin melakukan pembelian para konsumen pastinya tidak akan lepas dari melihat kualitas ataupun aspek dari faktor-faktor tersebut. Setelah para konsumen melakukan pertimbangan dengan segala cara mereka akan memutuskan untuk melakukan pembelian jika mereka merasa diuntungkan oleh tawaran yang diberikan restoran.

Pengaruh layanan customer service dan promosi atau diskon mendapatkan pada urutan terendah ketika pengaruhnya diurutkan sesuai dengan hasil penelitian dikarenakan restoran Pino's Kota Gorontalo jarang mengadakan promosi atau pun memberikan diskon atas produk mereka.

Berdasarkan hasil penelitian dari faktor-faktor tersebut, faktor kualitas makanan yang paling mempengaruhi konsumen melakukan pembelian ulang di restoran Pino's Kota Gorontalo.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan beberapa saran:

5.2.1. Untuk perusahaan

- 1) Perlunya pihak restoran memperhatikan faktor-faktor yang diteliti karena dengan faktor-faktor tersebut, maka akan menimbulkan kepuasan pelanggan ketika mereka melakukan pembelian pada restoran anda. Hal ini mendorong konsumen untuk membuat suatu keputusan untuk membeli.
- 2) Pihak perusahaan harus bisa berusaha membuat para pelanggan agar menjadi partner atau menjadi pelanggan yang loyal.
- 3) Pihak perusahaan restoran harus mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya melalui faktor-faktor yang dapat

mempengaruhi konsumen melakukan pembelian ulang. Loyalitas tersebut dapat dilakukan dengan cara memberikan kepercayaan pelanggan terhadap faktor-faktor yang telah diteliti.

b. Untuk penelitian mendatang:

1) Dari penelitian ini faktor yang diteliti hanya 14 faktor sedangkan masih banyak lagi faktor-faktor yang belum diteliti yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian ulang. Sehingga peneliti yang akan datang bisa memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini agar bisa menambah wawasan keilmuan pada bidang bisnis.

2) Diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk memberikan arahan tentang pemahaman dari setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner, agar setiap responden dapat memahami maksud dari pertanyaan dan akan menghasilkan jawaban yang benar-benar sesuai dengan kondisi responden, sehingga hasil yang diharapkan akan lebih baik dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusyid. (2017). Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA: Bandung.
- Anoraga, P. (2000). Manajemen Bisnis. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, Henry. (2008). Consumer Behaviour and Marketing Action. Boston: Wadsworth, Inc.
- Buchari Alma. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Danang Sunyoto. (2013). Prilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. (2013). Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Fadhli, Andrian & Nursal. (2022). Prilaku Konsumen. Malang: Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Ferdinand. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, Keller K (2016): Marketing Management, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Mandasari, V., & Tama, B. A. (2011). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining: Study Kasus XYZ. Jurnal Generic, 6.
- Munandar, A. (2001). Psikologi Industri dan Organisasi. Jakarta: Universitas Indonesia (UI Press).
- Ninemeier, J.D. & Hayes, D.K. (2006). Restaurant operation management: principles and practices. New Jersey: Prentice Hall.
- Nugroho J. Setiadi. (2003). Prilaku Konsumen. Jakarta: Kencana.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis, 1(2), 162–170.
- Ramadhan, Bushairy Muhammad Siradj. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada Restoran Mcdonald's Di Kabupaten Karawang. Cakrawala Management Business Journal.
- Setiawan, Ilham, Anton, A, dan Susila, I. (2004). Pengaruh Service Quality Perception Terhadap Purchase Intention: Studi Empirik Pada Konsumen Supermarket. Usahawan, No. 7 th. XXXIII, Juli, pp. 29 – 37.
- Sudijono, Anas. (2008). Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta: Raja Grafindo. Persada.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharso dan Yudi Sutarso. (2010). Marketing in Practice. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soekresno. (2001). Management Food and Beverage Service Hotel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.