

UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG PELANGGAN (STUDI KASUS PADA ROCKET CHICKEN CABANG HКСN BANJARMASIN)

Renny Rabiatul Adawiyah¹, Hj. Kurniaty², Abdurrahim³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, NIM19310703

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, NIDN 0012076001

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, NIDN1105088902

Email : rennyra45@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana upaya Rocket Chicken Cabang Hksn Di Banjarmasin dalam meningkatkan minat beli ulang pelanggan. Penelitian ini termasuk kedalam pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang itu sendiri.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus yaitu suatu penelitian yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tidak tampak dengan tegas, dimana berbagai sumber bukti dimanfaatkan. Dalam upaya rocket chicken cabang Hksn di Banjarmasin meningkatkan minat beli ulang pelanggan adalah melalui lokasi yang strategis, padat penduduk, dekat dengan sekolah-sekolah. Juga harga yang relatif murah dan kualitas pelayanan yang ramah dan juga cepat dalam menyajikan makanan.

Kata kunci : lokasi usaha, harga, kualitas pelayanan, dan minat beli ulang

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how Rocket Chicken's efforts at the Hksn Branch in Banjarmasin increase customer repurchase interest. This research is included in a qualitative approach. Qualitative research is a research procedure that produces descriptive data in the form of speech or writing and the observable behavior of the people themselves.

The type of research used is a case study, namely a study that investigates phenomena in real-life contexts when the boundaries between phenomena and contexts are not clearly visible, where various sources of evidence are utilized. The Hksn branch in Banjarmasin's rocket chicken effort to increase customer repurchase interest is through a strategic location, densely populated, and close to schools. Also, relatively cheap prices and quality service that is friendly and also fast in serving food.

Keywords: business location, price, service quality, and repurchase intention

DAFTAR PUSTAKA

Arif furchan. (1992). *Pengantar metodologi penelitian kualitatif*. Usaha nasional.

Arsyanti, n. M., & astuti, r. T. (2016). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap minat beli ulang (studi pada toko online shopastelle, semarang). *Diponegoro journal of management*,5(2), 1–11.

Astono, a. D. (2022). Pengaruh testimoni, situasional dan harga terhadap minat beli ulang pada konsumen rumah makan sa'i boja kabupaten kendal. *Jurnal ekonomi dan bisnis stie anindyaguna*, 4(2), 413–424.

Caniago, a., & rustanto, a. E. (2022). Kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen pada umkm di jakarta (studi kasus pembelian melalui shopee). *Responsive*, 5(1), 19.

Chelviana, k., made, a., & iyus, a. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi toko modern di kecamatan buleleng. *Jurnal pendidikan ekonomi undiksha*, 9(2), 257–266.

Desara, t., verinita, maruf, & hidayat, t. (2021). Enhancing repurchase intention in retail: the role of customer satisfaction, servicequality, and product assortment.

Enrichment: journal of management,12(1), 325–329.

- Drosos, d., skordoulis, m., tsotsolas, n., kyriakopoulos, g. L., gkika, e. C., & komisopoulos, f. (2021). Retail customers' satisfaction with banks in greece: a multicriteria analysis of a dataset. *Data in brief*, 35, 106915.
- Fitriyani, s., murni, t., & warsono, s. (2019). Pemilihan lokasi usaha dan pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha jasa berskala mikro dan kecil. *Managament insight: jurnal ilmiah manajemen*, 13(1),47–58.
- Galung. (2022). Jurnal emas. *Jurnal emas*, 3, 227–236.
- Hudaya, a. (2022). *Membangun minat beli ulang pada umkm , melalui pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada umkm minuman ringan tangsel)*. 2, 1–9.
- Janiawati, n. K., sugianingrat, i. A. P. W., & astrama, i. M. (2022). “meningkatkan minat beli ulang konsumen terhadap produk kerajinan dan kesenian.” *Widya amrita: jurnal manajemen, kewirausahaan dan pariwisata*, 2(2),551–562.
- Kinncar, t. C. (n.d.). *Riset pemasaran*. (jilid 1 (ed.)). Erlangga.
- Mazzarello, a. C., padmalia, m., & alessandro, j. (2021). Analisis faktor yang membentuk minat beli ulang konsumen konveksi. *Performa*, 5(3), 213–222.
- Mutami, & hermani, a. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang (studi kasus pada pengguna jasa taksi kosti semarang). *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 7(5), 105–112.
- Mutiara, i., & syahputra. (2018). Pengaruh pengetahuan produk dan produk halal terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan korea. *Jurnal indonesia membangun*, 17(2), 148–160.
- Park, j. A., sung, j. M., son, j. M., na, k., & kim, s. K. (2019). Athletes' brand equity, spectator satisfaction, and behavioral intentions. *Asia pacific journal of*

- Purnawarman, a. F., hermani, a., & pradhanawati, a. (2022). Pengaruh kualitas produk dan suasana cafe terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada cafe portobello sumurboto semarang). *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 11(1), 109–117.
- Putri andhika r. (2019). Warung mie ayam goreng mas no (cabang tlogosari kulon- pedurungan , semarang jawa tengah).
- Putri, m. A. N. (2018). Analisis kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen (studi kasus pada ud platinum blitar). *Jurnal penelitian manajemen terapan (penataran)*, 3(2), 170–182.
- Rogalska, i. (2020). Perception of location factors by entrepreneurs and representatives of business environment institutions. *European research studies journal*, xxiii(special issue 1), 600–613.
- Segati, a. (2018). Pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan. *Jebi (jurnal ekonomi dan bisnis islam)*, 3(2), 159.
- Sugiarti, d., ekonomi, f., & terbuka, u. (2021). Dimensi carter kualitas layanan bank syariah indonesia: studi komparatif sebelum dan setelah merger. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 7(03), 1696–1704.
- Suharsimi arikunto, p. (1998). *Rosedur penelitian: suatu pendekatan praktek*. Rineka cipta.
- Suharti, s., naufal, m. D., & paiman, f. L. (2021). Inflation effect on unemployment in indonesia: a comparative studies between sharia and conventional economic perspectives. *Jurnal bisnis strategi*, 30(2), 127–138.
- Sutanto, t. W., ekonomi, p., & kartika, u. W. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha dagang di kota surabaya. *Seminar nasional ilmu terapan (sniter)*, 1(1), 1–14.

Tania, a. E., hermawan, h., & izzuddin, a.

(2022). Pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli konsumen. *Publik: jurnal manajemen sumber daya manusia, administrasi dan pelayanan publik*, 9(1), 75–84.

Titin agusetyani. (2018). *Upaya meningkatkan minat beli konsumen melalui lokasi, suasana toko, dan keberagaman produk pada toko maya di kecamatan prambon kabupaten nganjuk*. 21, 1–9.

Tjiptono, fandy. (2018). *Strategi pemasaran, edisi ketiga*. Andi.

Tjiptono. (2000). Analisis kepuasan konsumen (servqual model dan. *Jurnal media ekonomi*, 7(1), 1–20.