

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kuliner setiap tahunnya selalu mandapati perubahan yang sangat bervariasi mulai dari produk yang dihasilkan. Sehingga konsep tempat hal ini yang melatar belakangi ketatnya persaingan dalam industri kuliner pada saat ini. Faktor yang pertama memiliki pasar yang besar dikarenakan makanan minuman merupakan kebutuhan primer manusia, omset yang akan terus mengalir dan juga prospek usaha yang bagus dari berbagai macam bisnis industri kuliner.

Salah satunya yaitu usaha bisnis industry kuliner yang berkembang sangat pesat di Indonesia saat ini adalah usaha kedai kopi atau istilah disebutnya *Coffe Shop*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kedai kopi ini adalah tempat dimana yang menyediakan berbagai macam minuman yang utamanya menyajikan kopi dari berbagai jenis varian jenis kopinya.

Fenomena dari perkembangan kedai kopi yang ada di Indonesia yang cukup pesat ini juga terjadi di wilayah Kota Kudus, Provinsi Jawa Tengah. Hal ini terjadi karena banyaknya masyarakat yang memilih kedai kopi untuk sebagai sarana tempat bertemunya dan berkumpul bersama teman maupun keluarga, mengerjakan tugas bersama teman, atau bahkan untuk bersenang-senang (Olifia, 2022). Banyak usaha kedai kopi dikota kudus membuat masyarakat bingung untuk memilih lebih banyak produk kopi untuk dikonsumsi. Berikut beberapa daftar beberapa kedai kopi yang berada di Kota Kudus:

Tabel 1.1
Daftar Beberapa Kedai Kopi Di Kota Kudus

NO	Nama Kedai Kopi
1	<i>Waroeng Café 27</i>
2	<i>Sidji Coffe Kudus</i>
3	<i>Omah Coffe Kudus</i>
4	<i>No. 8 Coffe Kudus</i>
5	<i>Cafe Kopi Kapling Singocandi Kudus</i>
6	<i>Aljava Café</i>
7	<i>PDKT Cafe and Resto</i>
8	<i>Boen Coffee Garden</i>
9	<i>Traffa Coffee and Eatery</i>
10	<i>Kopi Lain Hati Kudus</i>
11	<i>Chocobean Kudus</i>
12	<i>TKP Café and Resto</i>
13	<i>Cafe de Ija</i>
14	<i>Susu Moeria Café</i>
15	<i>Kretek Kopi</i>
16	<i>Haru Cafe Kudus</i>
17	<i>Kopithong Coffee & Workshop</i>
18	<i>Genks Coffe & Resto</i>

Sumber: <https://www.pinhome.id/info-area/tempat-nongkrong-di-kudus/2022>

Salah satu kedai kopi yang ada di kota kudus adalah *Cafe Kopi Kapling*, Singocandi, Kudus. Kedai Kopi *Cafe Kapling* di Kota Kudus ini telah berdiri dari tahun 2021, dan juga menawarkan nuansa asri dengan cahaya senja yang sangat bagus, *cafe kopi kapling* ini terletak di RT.03/RW.02, Candi Lor, Singocandi, Kudus, Jawa Tengah. Kedai kopi *cafe kopi kapling* ini memiliki jam buka mulai pukul 10:00 sampai dengan 22:00 WIB. Tempat ini sangat nyaman dan jauh dari hiruk pikuk dari perkotaan, bangunannya yang didominasi oleh warna cat putih dan juga tanaman hijau yang selalu menyegarkan. Kedai kopi *cafe kopi kapling* ini juga menawarkan beraneka ragam menu varian, dan berbagai cemilan. Untuk

minuman, tersedia kopi dengan berbagai varian rasa seperti hazelnut, caramel, dan gula aren. Disini juga tersedia minuman non-kopi seperti the, mojito, dan air mineral. Kedai kopi kapling singocandi ini juga menjadikannya sebagai tempat favorit untuk bersantai atau mengerjakan tugas.

Kedai kopi *cafe* kapling telah berdiri di Kota Kudus selama kurang lebih dari 2 tahun terhitung mulai dari tahun 2021. Rentang ini cukup lama dibandingkan dengan beberapa kedai kopi lainnya yang ada di kudus. Hal ini tentunya menjadikannya sebagai tentangan tersendiri bagi Kedai Kopi *Cafe* Kapling dalam bisnis untuk mempertahankan kehadirannya di Kota Kudus.

Banyaknya kedai kopi di Kota Kudus ini juga dapat menimbulkan persaingan yang semakin ketat yang akan berdampak pada potensi besar yang berpengaruh terhadap penurunan pendapatan beberapa di Kedai Kopi Kudus ini, udah ada beberapa kedai kopi yang mengalami kerugian yang cukup besar dikarenakan tidak mampu untuk bersaing dengan kedai kopi lainnya yang ada di Kota Kudus ini. Namun banyak beberapa kedai kopi di Kudus masih ada yang bertahan dan mempertahankan penjualannya ditengah kondisi ini, salah satunya untuk bisa mempertahankan kedai kopi selain harus memiliki kreativitas pelaku usaha harus dapat menimbulkan adanya minat beli ulang konsumen, karena jika konsumen hanya tertarik sekali saja untuk membeli maka keberlangsungan suatu bisnis juga dapat terancam.

Upaya dalam meningkatkan penjualan dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk meningkatkan minat beli kembali para konsumen. Pemilik kedai kopi ini perlu adanya untuk memahami kebutuhan dan keinginan bagi konsumen

sebagai masukan dalam menciptakan kepuasan bagi konsumen dan juga memunculkan pembelian kembali. Seperti yang telah dijelaskan oleh Samuel, H., & Chandra (2020) minat pembelian ulang yaitu konsumen yang merasa puas terhadap produk atau jasa cenderung akan melakukan aktivitas pembelian kembali, dan mendapatkan respon yang positif maupun secara baik terhadap suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi. Minat pembelian ulang ini merupakan efek dari kepuasan konsumen itu sendiri. Dengan adanya minat pembelian ulang suatu produk atau jasa yang secara terus menerus oleh konsumen maka dapat menciptakan nilai penjualan yang secara maksimal bagi sebuah bisnis untuk tetap bertahan dalam usahanya.

Pemilik kedai kopi juga diwajibkan atau dituntut untuk memiliki kreativitas dalam mengelola tempat bisnisnya agar para pemilik usaha ini juga mampu bersaing dengan kedai kopi lainnya dan untuk menarik beli ulang konsumen. Minat beli ulang merupakan fenomena dimana konsumen memiliki niat untuk membeli kembali suatu produk yang berdasarkan pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu, yang juga dapat dipahami untuk sebagai bentuk kemungkinan besar konsumen dapat untuk membeli suatu produk atau jasa tersebut (Lestari & Novitaningtyas, 2021).

Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat beli ulang diantaranya yaitu faktor dari kualitas pelayanan dan suasana *cafe*. Kualitas pelayanan merupakan sebuah aktivitas yang dapat dilakukan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan terciptanya kepuasan konsumen yang memberikan banyak manfaat bagi sebuah bisnis dengan cara menciptakan

hubungan yang baik dan harmonis antara pemilik kedai kopi (*cafe*) dan konsumen untuk menciptakan minat pembelian ulang atau minat beli ulang suatu produk atau jasa (Triyoko, 2022). Dengan demikian maka kualitas pelayanan sangat penting untuk diperhatikan bagi pemilik kedai kopi (*cafe*) karena adanya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan baik maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen untuk pembelian ulang.

Keberhasilan para pengusaha kedai kopi juga tidak jauh dari strategi pemasaran. Saat ini, pemasaran tidak hanya dituntut untuk dalam menawarkan makanan dan minuman saja, namun harus menyajikan hal-hal yang menarik kepada pengunjungnya seperti suasana *cafe*. Dengan adanya suasana *cafe* ini dapat mengintegrasikan hiburan, music dan memberikan tempat yang menarik, melainkan hanya memasarkan produk dalam proses pembelian (Retno Intan, *et al.*, 2021).

Suasana *cafe* merupakan suasana yang diatur sedemikian rupa dengan tujuan untuk menimbulkan kenyamanan bagi konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan puas dan senang serta mampu bertahan lama ditempat (Januanto, 2022). Sehingga ketika suasana *cafe* diatur secara baik, maka akan membuat konsumen lebih nyaman yang dapat menimbulkan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Jika kepuasan konsumen merasa puas, nyaman, dan senang maka konsumen itu akan merasa senang dan betah untuk berada di kedai kopi hal ini akan memungkinkan konsumen untuk datang melakukan pembelian ulang pada waktu berikutnya.

Cafe Kopi Kapling, Singocandi, Kudus selalu berusaha untuk menerapkan strategi pemasarannya dengan cara memberikan kualitas pelayanan dan suasana *cafe* yang mamadai untuk konsumen. Konsumen yang merasa nyaman dengan pelayanan dan suasana *cafe* yang baik, dapat merasa puas sehingga berdampak terhadap peningkatan minat beli ulang.

Terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus. Berdasarkan data dari *cafe* tersebut menunjukkan bahwa jumlah penjualan *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus selama bulan januari – juni 2024 yang tidak mengalami peningkatan ataupun penurunan, sebagai terlihat pada tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.2
Data Penjualan Bulan Januari-Juni 2024

No	Bulan	Jumlah Penjualan
1	Januari	Rp. 31.201.000
2	Februari	Rp. 32.053.500
3	Maret	Rp. 18.328.500
4	April	Rp. 23.641.500
5	Mei	Rp. 25.776.500
6	Juni	Rp. 27.084.800

Sumber: *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus, 2024

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa jumlah data penjualan *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus dalam kurun waktu enam bulan terakhir yang mengalami penurunan. Fluktasi ini berdampak langsung pada jumlah penjualan setiap bulannya di *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus, kondisi ini mencerminkan bahwa minat beli ulang dari konsumen yang masih belum optimal.

Selain permasalahan tersebut terdapat permasalahan lainnya yang ada di *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus yang terkait dengan kualitas pelayanan

dan suasana *cafe*. Kualitas pelayanan dan suasana *cafe* dianggap masih sangat kurang oleh konsumen, seperti yang dapat dilihat dari pada sebuah ulasan *review* konsumen melalui website dalam gambar 1.1 dibawah ini:

Kopi Kapling dan Mie Level Kudus

RT.3/RW.2, Candi Lor, Singocandi, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah

Tulis ulasan

4,6 ★★★★★ 74 ulasan ⓘ

Makan di tempat | Makan malam | Rp 1–25.000

Kesini waktu ramadan kemarin, beli yang paketan udah plus minum harganya wort it, tapi lama banget keluar makananya padahal cuma 3 meja aja waktu itu pengunjungnya hampir 45 menit, makananya enak ayam saus korea pedes, nachosnya terkesan dikit porsi nya mungkin sayurnya bisa ditambah, suasananya enak ada musholla juga tempatnya rapi enak buat ngobrol, pelayanannya ramah, tempatnya masuk" gang tapi ada tanda masuk atau beloknya jadi gampang

Makanan: 4/5 | Layanan: 3/5 | Suasana: 3/5



Kopi Kapling dan Mie Level Kudus

RT.3/RW.2, Candi Lor, Singocandi, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah

Tulis ulasan

4,6 ★★★★★ 74 ulasan ⓘ

Makan di tempat | Makan siang | Rp 25.000–50.000

Tempat makan yang berdiri di dekat persawahan.

Makanan lezat, minuman enak, area parkir luas tapi tempat makannya agak panas karena bahan atapnya dan lantai sedikit kotor.

Makanan: 4/5 | Layanan: 4/5 | Suasana: 3/5



👍 6

Kopi Kapling dan Mie Level Kudus

RT.3/RW.2, Candi Lor, Singocandi, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah

Tulis ulasan

4,6 ★★★★★ 74 ulasan ⓘ



Local Guide · 25 ulasan · 2 foto

★★★★★ 7 bulan lalu

Kalau tutup (libur) tidak pernah ada informasi di akun media sosial. Dikira buka, eh malah libur

👍 Suka

Tanggapan dari pemilik 5 bulan lalu

Terima kasih, akan kami perbaiki layanannya



Local Guide · 39 ulasan · 56 foto

Kopi Kapling dan Mie Level Kudus

RT.3/RW.2, Candi Lor, Singocandi, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah

Tulis ulasan

4,6 ★★★★★ 74 ulasan ⓘ



Local Guide · 40 ulasan · 4 foto

★★★★★ setahun lalu

Makan di tempat | Lainnya | Rp 25.000–50.000

Enak cuma kurang luas tempat duduknya

Makanan: 4/5 | **Layanan:** 4/5 | **Suasana:** 3/5

👍 Suka

Tanggapan dari pemilik setahun lalu

Kopi Kapling dan Mie Level Kudus

RT.3/RW.2, Candi Lor, Singocandi, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah

Tulis ulasan

4,6 ★★★★★ 74 ulasan ⓘ



Sumber: (<https://maps.app.goo.gl/jRtekCysJ7TmNKaX7>, *Cafe* Kopi Kapling 2024).

Gambar 1.1 Ulasan Konsumen Terhadap Cafe Kopi Kapling Singocandi Kudus

Dilihat dari gambar 1.1 diatas mengenai ulasan atau *review* konsumen *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus yang melalui internet tersebut, beberapa konsumen masih ada yang mengeluhkan atau memberikan ulasan terkait dengan pelayanan di *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus yang masih kurang dalam melayani konsumennya. Terdapat juga beberapa ulasan yang mengatakan bahwa pelayanan di *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus lama dan karyawan yang kurang ramah serta kurang adanya informasi mengenai jam buka atau tutup di media sosial *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus. Selain ulasan mengenai kualitas pelayanan, terdapat juga beberapa ulasan lain dari konsumen diantaranya yaitu suasana *cafe* di *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus yang masih sangat

kurang seperti adanya suasana tempat duduknya yang masih kurang begitu luas, suasananya pada waktu siang terasa panas dan juga lantainya sedikit kotor.

Research gap dalam penelitian ini Laela (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat pembelian ulang, namun berbeda pada penelitian Agus Tri Wahyudi, *et al.*, (2021) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Sedangkan menurut penelitian Andriansyah, (2024) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, berbeda dengan penelitian Lestari & Novitaningtyas, (2021) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Kemudian hasil penelitian Sari & Sudrajat (2022) menyatakan bahwa *store atmosphere* (suasana *cafe*) berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rooroh, *et al.*, (2020) pengaruh *cafe atmosphere* juga berdampak positif terhadap minat pelanggan untuk minat berkunjung ulang. Berbeda dengan penelitian Kosli *et al.*, (2020) bahwa *atmosfer* restoran (*cafe*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Penelitian oleh Law, *et al.*, (2024) *store atmosphere* atau suasana *cafe* secara langsung tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Penelitian Sambara *et al.*, (2021) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, ini juga sejalan dengan penelitian Agus Tri Wahyudi, *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun bertolak belakang pada penelitian yang

dilakukan oleh Kusnadi, (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian Arif & Ekasari (2020) menyatakan bahwa *store atmosphere* (suasana *cafe*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dan juga sejalan dalam penelitian Adhinda *et al.*, (2022) bahwa suasana *cafe* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugiono, Diah Ismawati., *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa suasana *cafe* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Anjanis Dewi Herawati, *et al.*, (2023) menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ottoman *et al.*, (2024) bahwa kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Adanya perbedaan hasil tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang turut menjadi perantara dalam mempengaruhi minat beli ulang, salah satunya yaitu faktor kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan lebih kecenderungan untuk membeli ulang produk tersebut diwaktu yang akan datang.

Berdasarkan permasalahan fenomena dan *research gap* di atas, maka penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Suasana Cafe Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Cafe Kopi Kapling Singocandi Kudus).**

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Objek dari penelitian ini adalah di *Cafe Kopi Kapling*, Singocandi, Kudus.
- b. Variabel eksogen pada penelitian yaitu Kualitas Pelayanan, dan Suasana *Cafe*. Variabel endogen yaitu Minat Beli Ulang dan variabel intervening yaitu Kepuasan Konsumen.
- c. Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli 1kali di *Cafe Kopi Kapling*, Singocandi, Kudus.
- d. Jangka waktu penelitian ini adalah 3 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang terjadi pada *Cafe Kopi Kapling*, Singocandi Kudus, yaitu:

1. Banyaknya kemunculan kompetitor bisnis yaitu kedai kopi yang menawarkan berbagai konsep kekinian di kota kudus yaitu seperti *Sidji Coffe*, *No. 8 Coffe*, *Omah Coffe*, dan *Gank Coffe &Bistro*.
2. Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa di *Cafe Kopi Kapling* Singocandi Kudus mengalami permasalahan yang terjadi pada Kualitas Pelayanan dan Suasana *Cafe*.
3. Pihak manajemen berupaya untuk menarik minat konsumen baru serta mempertahankan konsumen dengan cara meningkatkan minat beli ulang. Minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya yaitu kualitas pelayanan

yang baik dan suasana *cafe* yang nyaman dan juga dapat memberikan informasi yang dapat bermanfaat bagi konsumen.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus.
2. Bagaimana Suasana *Cafe* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus.
3. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe* Kopi, Kapling Singocandi, Kudus.
4. Bagaimana Suasana *Cafe* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus.
5. Bagaimana kepuasan konsumen berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka dapat disusun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini. secara umum tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus.
2. Menganalisis pengaruh Suasana *Cafe* terhadap Minat Beli Ulang pada *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus.
3. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus.

4. Menganalisis pengaruh Suasana *Cafe* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus.
5. Menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang pada *Cafe* Kopi Kapling, Singocandi, Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan sumber informasi acuan serta referensi bagi para peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan bidang ekonomi terutama pada manajemen pemasaran, yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang yaitu kualitas pelayanan, suasana *cafe*, dan Kepuasan Konsumen.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan dapat memberikan manfaat serta memberikan masukan dan saran dalam menghadapi masalah mengenai proses pemasaran khususnya pada pemilik usaha yang bergerak dalam bidang bisnis kedai kopi. Adanya pengetahuan mengenai pengelolaan kedai kopi, diharapkan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas bagi konsumen dan suasana *cafe*, sehingga bisnis tersebut dapat bertahan dan tetap konsisten dalam menghadapi banyaknya pesaing bisnis di bidang kedai kopi ini.