

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

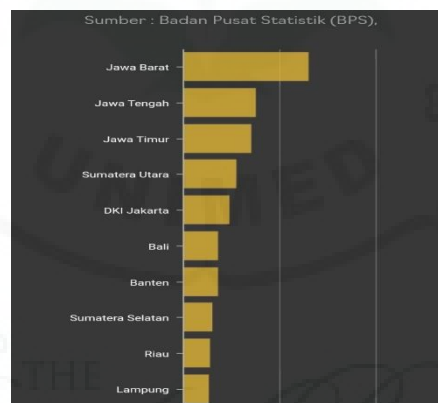
Seiring dengan berjalannya perkembangan pada masa era modernisasi banyaknya terjadi perubahan maupun perkembangan. Perkembangan dan perubahan berdampak mulai dari segi bidang teknologi, sosial, politik, budaya bahkan gaya hidup yang dapat menyebabkan perubahan tingkah laku maupun perilaku manusia tersebut. Salah satu perkembangan dan perubahan pada masa era globalisasi ini yaitu banyaknya usaha bisnis yang semakin lama menjadi semakin sulit dan ketat sehingga mengakibatkan persaingan dibidang bisnis tersebut.

Hal ini dapat terjadi dikarenakan banyaknya bisnis yang semakin cepat dan pesat. Persaingan bisnis pada masa ini membuat para pelaku bisnis berusaha untuk mencari pelanggan sebanyak-banyaknya agar tetap bisa bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin sulit. Salah satu usaha bisnis yang kini semakin pesat dan mengalami persaingan adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner dapat dikatakan bisnis yang cepat berkembang pesat dikarenakan hal tersebut tidak terlepas dari kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi sehingga permintaan akan bisnis kuliner dapat dikatakan cukup baik dan juga merupakan gaya hidup masyarakat perkotaan yang suka nongkrong maupun menghabiskan waktunya untuk berada disebuah bisnis kuliner khususnya cafe. Bisnis makanan seperti cafe, merupakan suatu bisnis yang menjanjikan. Khususnya Indonesia bahwa jumlah penduduk per Juni 2021 menurut Kompas.com mencapai 272 juta yang dimana tentu tiap hari membutuhkan makanan dan minuman maka hal tersebutlah yang membuat potensi bisnis makanan

seperti cafe dapat dikatakan baik. Cafe merupakan usaha jasa dan makanan dan minuman hal ini dijelaskan pada UU 10/2009. Berdasarkan berita pada www.wartaekonomi.co.id menyatakan bahwa industri makanan dan minuman diproyeksikan menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada 2021 dikarenakan produk makanan dan minuman sangat dibutuhkan masyarakat. Dengan menjamurnya bisnis kuliner khususnya pada cafe konsumen pasti mempertimbangkan banyak hal dalam menentukan pilihannya dan para pembisnis cafe harus dituntut menciptakan minat beli ulang pada konsumen. Salah satu provinsi dengan menjamurnya banyak cafe adalah Sumatera Utara, hal ini dapat dilihat berdasarkan gambar dibawah ini :

Gambar 1.1

Daftar Provinsi Dengan Banyaknya Tersebar Cafe



Salah satu kota di provinsi Sumatera utara banyaknya dijumpai cafe adalah kota Medan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan tripadvisor.com cafe-cafe tersebut yaitu Habitat Coffee, Kudeta, Ben's Cafe, Brun Cafe, Macehat Coffee, dan lain-lain. Semakin banyaknya pesaing bisnis cafe menjadikan perusahaan sadar bahwa persaingan pada industri cafe semakin ketat. Maka dengan fenomena maraknya bisnis cafe di kota Medan, pembisnis cafe harus membuat strategi yaitu menciptakan minat beli ulang kembali seseorang dengan memberikan kesan positif agar

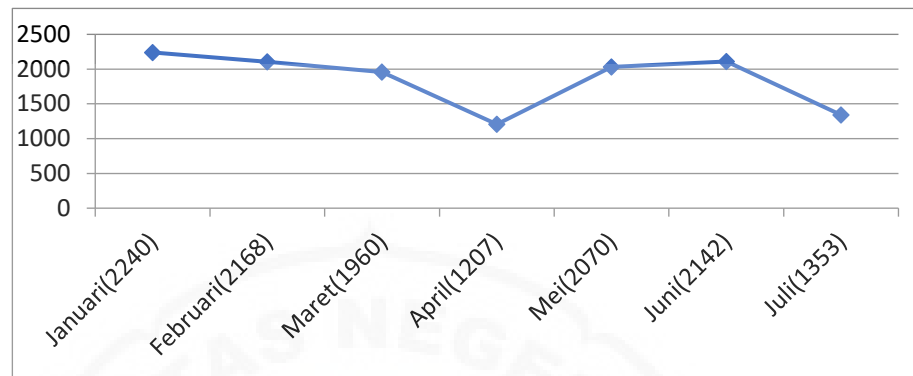
konsumen berminat untuk datang kembali dan melakukan pembelian. Menurut Hendarsono dan Sugiarto (2016) menjelaskan bahwa dari Minat Beli Ulang adalah karakter ataupun kelakuan konsumen yang dimana konsumen tersebut memberikan respon positif terhadap apa yang telah diterimanya dari sebuah perusahaan dan berniat kembali untuk mengunjungi dan membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen adalah *Store Atmosphere*. Hal ini didukung oleh penelitian Arsha Gustino (2018). *Store Atmosphere* merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tataletak, pencahayaan, pemajangan warna, temperatur, musik, aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen dan menyebabkan untuk melakukan pembelian ulang (Utami, 2017). Para pelaku bisnis cafe harus bisa menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu pengalaman dalam mengonsumsi produk atau jasa sehingga membuat mereka terkesan. Oleh karena itu penciptaan suasana yang nyaman serta didukung desain interior yang menarik dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti live musik, W-Fi, AC dan sebagainya yang merupakan daya tarik bagi para pelanggannya yang pada akhirnya akan mempengaruhi pelanggan tersebut untuk melakukan pembelian ulang.

Selain *Store Atmosphere* yang mempengaruhi Minat Beli Ulang ada faktor lain yaitu Kepuasan Pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian Moch Irzad (2018). Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang maupun kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan ataupun ekspektasi (Kotler & Keller 2016). Sekarang ini para pelaku bisnis tidak boleh hanya melakukan kegiatan bisnis tanpa memperhatikan

pelanggannya. Pebisnis khusus cafe harus memastikan kepuasan pelanggan karena akan berdampak terhadap keberlangsungan usaha karena jika tidak maka pelanggan tidak berminat untuk membeli ulang. Semakin banyaknya pesaing menjadikan perusahaan sadar bahwa persaingan pada industri cafe semakin ketat. Hal ini tampak dengan banyaknya berdiri berbagai cafe di seluruh kota salah satunya adalah Kota Medan.

Dalam persaingan bisnis cafe sekarang ini, pihak pengelola usaha benar-benar harus memikirkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan agar bisnis kafenyanya tetap bertahan meskipun banyak ancaman dari kompetitor dengan bidang usaha sejenis. Semakin banyaknya cafe membuat pelanggan memiliki berbagai macam pilihan sesuai dengan keinginan mereka. Setiap cafe memiliki ciri khas yang berbeda-beda baik dari segi pelayanannya, fasilitas, desain cafe yang menarik, dan sebagainya. Pemilik harus mengetahui dengan seksama apa yang menjadi keinginan pelanggan agar pelanggan tidak berpaling pada yang lain. Salah satu industri boga cafe di kota Medan yang menjadi objek penelitian saya adalah Sosmed Cafe J.City yang berada di Jalan Luku 1 Medan. Pada cafe ini sendiri belum mengoptimalkan strategi agar pelanggannya tidak lari pada cafe lain yaitu dengan menciptakan Minat Beli Ulang. Hal ini dapat dilihat pada tabel pembelian pada cafe tersebut.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Pada Sosmed Cafe J.City Medan



Berdasarkan pada grafik pengunjung diatas bahwa jumlah pembeli berfluktuasi atau mengalami peningkatan dan penurunan selama 7 bulan terakhir. Akan tetapi apabila dilihat dari bulan Januari - Juli data pengunjung cenderung menunjukkan penurunan. Penurunan tersebut mengindikasikan bahwa berkurangnya minat beli ulang dari pelanggan cafe tersebut dikarenakan cafe ini bukan menjadi pilihan utama konsumen dalam berkuliner untuk menikmati makanan yang lezat karena rasanya yang kurang sesuai dengan ekspektasi konsumen, pelayanannya dalam mengantarkan pesanan lambat sehingga menyebabkan konsumen kurang puas dan juga tempatnya yang kurang menarik dan kurang estetik untuk berfoto seperti kurangnya pajangan spot foto maupun spot foto lainnya dan juga warna ruangan yang kurang menarik, padahal konsumen selain ingin menikmati makanan juga ingin berfoto. Hal ini juga didukung berdasarkan prasurvey terhadap 30 orang yang dapat kita lihat pada grafik dibawah berikut :

Gambar 1.2
Hasil Prasurvey Minat Beli Ulang



Salah satu faktor yang menyebabkan konsumen untuk tidak berminat melakukan pembelian ulang pada cafe tersebut adalah *Store Atmosphere*. Menurut Utami, 2017 menyatakan bahwa *Store Atmosphere* dapat menyebabkan terjadinya minat beli ulang seseorang. Tetapi pada cafe ini *Store Atmosphere* belum optimal, yang dimana pajangan untuk dijadikan spot foto tidak menarik karena hanya memiliki satu boneka besar untuk dijadikan tempat foto dan tidak adanya pajangan spot foto yang mencerminkan sesuai dengan tema cafe tersebut yaitu sosial media maupun spot foto lainnya agar kelihatan menarik dan cantik ketika konsumen ingin berfoto dan warna ruangan cafe yang kurang menarik padahal selain menikmati makan konsumen ingin berfoto-foto, jarak antar meja konsumen dengan konsumen lain berdekatan yang membuat konsumen kurang nyaman, dan musik pada cafe ini tidak terlalu sering diputar yang padahal konsumen sambil makan dan bersantai bersama teman ataupun keluarga menyukai adanya musik.

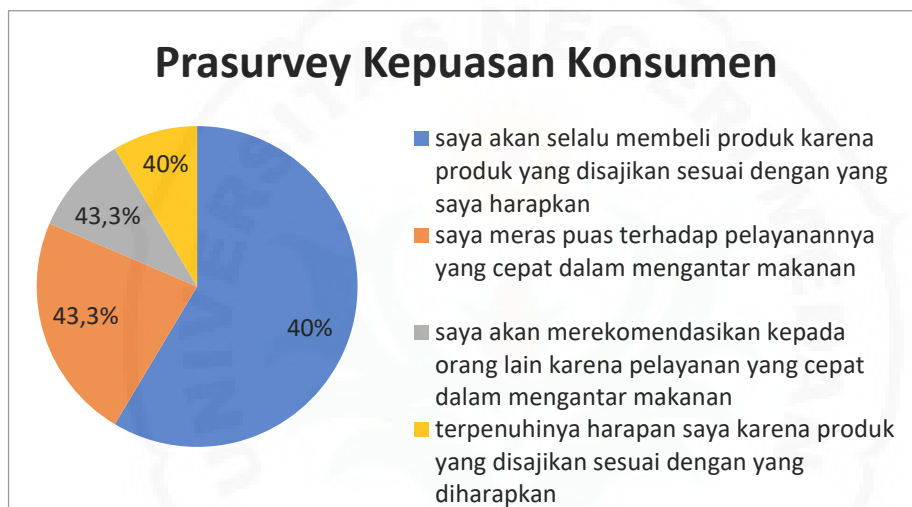
Gambar 1.3
Hasil Prasurvey *Store Atmosphere*



Selain *Store Atmosphere* yang dapat menyebabkan minat beli ulang seorang konsumen adalah Kepuasan Konsumen. Hal ini didukung oleh teori (Thamrin, 2015) yang dimana jika pelanggan puas terhadap produk atau layanan yang diberikan akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Tetapi pada cafe ini kepuasan yang dirasakan konsumen belum optimal, yang dimana produk yang disajikan rasanya tidak sesuai dengan yang diharapkan ataupun ekspektasi konsumen dan juga kurang puas dalam pelayanannya karena pelayanannya yang lambat dalam mengantarkan pesanan konsumen sehingga membuat konsumen menunggu lama. Hal ini jugalah yang membuat konsumen tidak merekomendasikannya kepada orang lain dikarenakan pelayanannya mengantar makanan lambat dan kurang puas serta kurangnya terpenuhi harapan pelanggan karena produknya

kurang sesuai dengan yang diharapkan konsumen sehingga tidak berminat untuk melakukan pembelian kembali. Untuk mendukung hal tersebut maka peneliti melakukan kepada 30 orang responden. Hal ini dapat dilihat pada table prasurvey berikut :

Gambar 1.3
Hasil Prasurvey Kepuasan Konsumen



Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk membuat judul penelitian **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Sosmed Cafe J.City Medan.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Berfluktuasinya jumlah pengunjung pada Sosmed Cafe J.City Medan dan cenderung menurun
2. Konsumen suka jika musik pada cafe ini selalu diputar tetapi pada musik pada cafe ini jarang sekali diputar.

3. Display atau pajangan pada cafe ini kurang menarik dan tidak estetik dan juga warna pada cafe yang tidak mendukung keestetikan cafe tersebut padahal konsumen suka tempat yang menarik agar bisa berfoto-foto dan mengupload kedia sosial
4. Jarak antar meja konsumen yang satu dengan yang lain berdekatan membuat konsumen kurang nyaman
5. Konsumen merasa kurang puas dengan produk yang disajikan karena rasanya biasa aja seperti makan pada cafe umumnya ataupun tidak sesuai ekspektasi mereka.
6. Konsumen merasa puas dengan pelayanan cafenya yang lambat dalam mengantarkan pesanan sehingga membuat konsumen menunggu lama.

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari fenomena yang diidentifikasi diatas, maka pada penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini .Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah “ Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sosmed Cafe J.City Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah terdapat Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Sosmed Cafe J.City Medan?
2. Apakah terdapat Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Sosmed Cafe J.City Medan?
3. Apakah terdapat Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Sosmed Cafe J.City Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Sosmed Cafe J.City Medan.
2. Mengetahui Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Sosmed Cafe J.City Medan.
3. Mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Sosmed Cafe J.City Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti terhadap penelitian ini antara lain :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dibidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan *Store Atmosphere* , Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang.

2. Bagi Unimed

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi literature perpustakaan Universitas Negeri Medan dan diharapkan dapat dijadikan pembelajaran pada bidang manajemen terutama manajemen pemasaran

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan arahan bagi Sosmed Cafe J.City Medan dalam rangka memperbaiki manajemen perusahaan dimasa yang akan datang.

4. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang.



THE
Character Building
UNIVERSITY