

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gresik merupakan salah satu kota industri di Jawa Timur. Sebagai kota industri yang terus berkembang, pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasinya semakin cepat, Kemenprin (2018). Hal tersebut menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan ketat di dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin berkembang, mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara berkelanjutan berinovasi dalam mempertahankan para pelanggannya. Kota Gresik kini dikenal oleh masyarakat sebagai Kota Industri. Banyak perusahaan besar termasuk Semen Indonesia dan Petrokimia Gresik serta banyak perusahaan besar lainnya. Kota Gresik memiliki kawasan industri yang menyediakan banyak lahan pekerjaan, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi bagi warga sekitar. Di sisi lain hal tersebut sangat menyita banyak waktu warga Gresik untuk bekerja di perusahaan demi memiliki penghasilan yang tinggi.

Berdasarkan hasil observasi ke masyarakat sekitar bahwa kesibukan yang tinggi membuat masyarakat membutuhkan suatu tempat untuk melepaskan kebosanan setelah melakukan rutinitas sehari-hari. Aktivitas yang dilakukan untuk melepaskan kebosanan yaitu biasanya dengan bersantai ditempat nongkrong yang memberikan suasana nyaman, dimana tempat tersebut memiliki ruangan indoor dan outdoor serta memiliki menu makanan yang lezat, minuman yang segar, dan konsumen dapat menikmati makanan minuman sambil mendengarkan musik, karaoke, nonton bareng, maupun sekedar berkumpul dengan kerabat dan teman-teman atau komunitasnya. Pada saat ini pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan hidup yang harus dilakukan untuk menghilangkan jenuh. Hal tersebut membuat para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnis kuliner di Kota Gresik, Salah satu orang yang telah mengembangkan bisnis kuliner yaitu Bapak Robi. Cafe Ayah Robi merupakan bisnis kuliner yang berdiri pada tanggal 5 Desember 2018, terletak di Jl. Ngablak Rejo RT 01/RW 03 Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik.

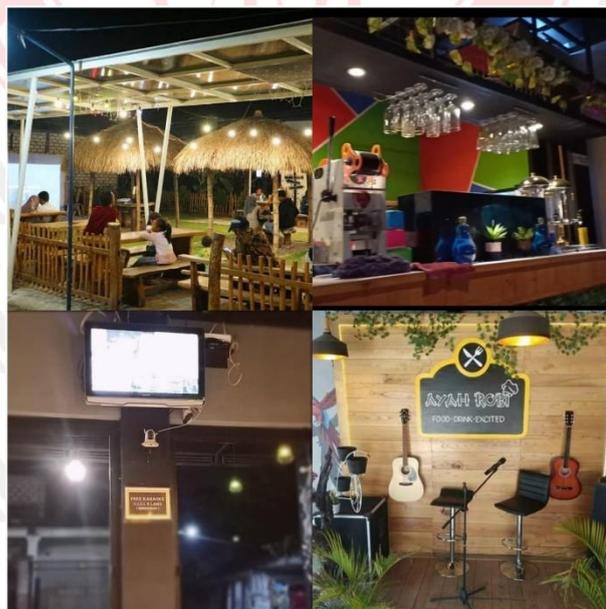
Bisnis Kuliner adalah jenis usaha dibidang makanan dan minuman yang menguntungkan, karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan. Oleh karena itu bisnis kuliner salah satu jenis usaha yang banyak ditawarkan di kota Gresik. Untuk unggul dalam bersaing, setiap pelaku usaha bisnis kuliner atau *cafe* harus menyusun strategi pemasaran yang dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Supaya dapat mencapai tujuan, saat ini pebisnis harus bisa membaca pangsa pasar dengan mencari tahu apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan konsumen. Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya (Philip Kotler, 2004,81). Strategi pemasaran yang sedang diterapkan di *Cafe Ayah Robi* pada saat ini yaitu bagaimana membangun store atmosphere yang menarik dengan memiliki fasilitas hiburan akan memberikjan keunggulan tersendiri bagi pelanggan ketika mereka berada di *café* Ayah Robi. Strategi harga dimana seorang konsumen menginginkan harga yang dapat menjangkau semua kalangan. dan kualitas produk dalam Penyajian menu yang berkualitas, pelanggan akan mendapatkan cita rasa yang lezat dari produk yang ditawarkan. Dengan adanya store atmosphere yang menarik, harga yang lebih murah dibandingkan dengan cafe lain sehingga dapat menjangkau semua kalangan. Dengan begitu pelanggan akan merasakan kesenangan tersendiri dan harapannya dapat menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Pemilik dari Cafe Ayah Robi mengungkapkan bahwa cafe miliknya masih tergolong baru, sehingga Bapak Robi ingin mengetahui adanya *store atmosphere*, harga produk dan kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli ulang dari masyarakat ataukah tidak. Minat pelanggan untuk membeli ulang pada produk merupakan suatu ukuran keberhasilan dari suatu perusahaan (Hermanto & Cahyadi, 2015). Cafe Ayah Robi memiliki tempat *indoor* modern yang terdiri dari dua Lantai dilengkapi dengan pendingin ruangan, Peralatan Karaoke, aneka hiasan dinding dan lampu untuk memperindah suasana. Area *outdoor* yang menggunakan kursi dan meja *nature* dari kayu, atap yang terbuat dari jerami padi yang dipadukan dengan bamboo. Penataan cahaya yang pas menambah nilai estetika tersendiri, serta

dilengkapi dengan LCD proyektor untuk nonton bersama maupun karaoke keluarga. Bapak Robi mengikuti perkembangan teknologi moderen untuk keperluan eksistensi tempat yang instagramable bagi pengunjung, dan mengikuti gaya hidup masyarakat saat ini. Berikut ini merupakan gambaran suasana di cafe ayah robi.



Gambar 1.1 Store Atmosphere Cafe Ayah Robi



Gambar 1.2 Store atmosphere Cafe Ayah Robi

Harga produk yang ditawarkan di cafe ayah robi lebih murah jika dibandingkan dengan beberapa cafe yang ada di Gresik, Seperti Tamkul cafe dan Giri hills. Berikut ini merupakan daftar harga beberapa menu di Cafe Ayah Robi, Tamkul Cafe dan Giri hills.

Item	Harga Produk		
	Cafe Ayah Robi	Tamkul Cafe	Giri Hills
Snack	7.000 - 12.000	12.000 - 15.000	13.000 - 21.000
Makanan	11.000 - 17.000	12.000 - 33.000	18.000 - 30.000
Minuman	5.000 - 15.000	6.000 - 15.000	11.000 - 21.000

Tabel 1.1 Harga Produk

Dari tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa harga produk di Cafe Ayah Robi dibawah harga Tamkul Cafe dan Giri Hills.

Dengan harga yang lebih murah konsumen mendapatkan produk yang enak dan suasana cafe yang tidak kalah menarik, sehingga konsumen dapat menikmati produk dan suasana yang nyaman tentunya tidak terlalu menguras kantong. Pembeli dapat membayar sesuai dengan harga produk yang telah dipesan dan tidak dikenakan beban pajak. Cafe ayah robi juga sangat memperhatikan mengenai kualitas produk yang dijual, yaitu dengan menyajikan menu makanan dengan cita rasa yang lezat serta memiliki tampilan produk yang menarik. Produk yang ditawarkan di cafe ayah robi adalah nasi goreng, mie, salad buah, kopi dan aneka macam makanan dan minuman yang lainnya.

Bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk menikmati makanan dengan Suasana yang nyaman, menyenangkan, dan harga yang tidak terlalu menguras kantong untuk mendapatkan kualitas produk dengan cita rasa yang lezat menjadi bahan pertimbangan tersendiri sebelum memutuskan datang atau mengunjungi *cafe* tertentu. Bahkan tidak sedikit konsumen yang lebih memilih makan di sebuah *cafe* dari pada makan di rumah dengan alasan menyukai *atmosphere* (suasana) pada *cafe*. Kotler (1973) mengatakan identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas dari atmosfernya. Atmosfer toko merupakan komunikasi secara diam-diam yang dapat menunjukkan kelas sosial dari produk-produk yang ada didalamnya, Sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai alat untuk menarik konsumen untuk

membeli kembali barang yang dijual di toko tersebut. Minat beli ulang terbentuk setelah pelanggan melakukan pembelian produk atau jasa. Dengan menunjukkan sebuah toko yang memiliki atmosfer yang baik dan elegan, maka toko tersebut dapat memberikan kesan yang positif di mata konsumen. Minat beli ulang muncul karena adanya kesan positif terhadap suatu produk dan pelanggan tersebut melakukan pembelian kembali terhadap produk yang dijual (Murwanti & Pratiwi, 2017). Apabila kesan positif berlangsung lama maka toko tersebut akan menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk mengunjungi kembali membeli produk. Berikut ini merupakan beberapa produk kuliner yang dijual di Cafe Ayah Robi.



Gambar 1.3 Produk kuliner Cafe Ayah Robi

Sumber : Instagram apps

Cafe Ayah Robi adalah sebuah cafe yang menggunakan konsep nyaman dan menyenangkan yang bertema alam dan seni dengan menggabungkan dunia kuliner dan dunia seni. Dengan adanya store atmosphere yang memiliki ruangan indoor dan outdoor, menyediakan berbagai fasilitas dan harga yang ditawarkan lebih murah jika dibandingkan cafe lainnya, dengan harga yang ramah dikantong konsumen dapat menikmati produk yang dibuat sebaik mungkin dan tampilan yang menarik. Pemilik cafe ayah robi ingin mengetahui apa yang menjadi pengunjung kembali lagi ke cafenya kepada orang yang telah mengunjungi dan membeli produk, agar orang tersebut dapat tertarik untuk berminat melakukan pembelian ulang.

Menurut Kotler Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, (2009:146) yang menyatakan bahwa store atmosphere merupakan suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Cafe Atmosphere (Suasana Cafe) merupakan unsur lain yang dimiliki oleh setiap cafe dan berfungsi untuk mempertahankan dan menjadikan pembeda dari setiap cafe (Kotler & Armstrong, 2008:88). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pandu Azhari dan Nurafini Rubiyanti menyatakan dengan penelitian berupa perolehan data bahwa store atmosphere atau suasana toko berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Nom Nom Eatery Bandung. Harga juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen. Harga sebagai nilai tukar yang menggambarkan nilai dan harus konsumen bayarkan, serta manfaat yang didapat setelah menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2010:314). Pendapat tersebut juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Rahmi Rosita yang menyatakan bahwa hasil dari penelitian tersebut persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Lotte Mart Bekasi Junction. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian ulang atau tidak. Oliver dalam Mulyono (2008: 20), mengemukakan bahwa pandangan konsumen, nilai suatu produk merupakan kualitas produk yang dinikmati konsumen dengan pengorbanan atau sumber daya yang lain. Dalam hasil penelitian Astiani Yunus (2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Lingkungan Fisik Terhadap Pembelian Ulang Pada Warung Kopi Harapan J2 Di Kota Palu, menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang. Jika dilihat dari segi pesaing di dunia bisnis saat ini maka setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas produknya.

Dengan adanya teori yang mendukung dan berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu serta fenomena yang ada, oleh karena itu penulis tertarik meneliti mengenai **“Analisis Pengaruh Strategi Store Atmosphere, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Bisnis Kuliner Café Ayah Robi**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang didapatkan adalah :

1. Apakah store atmosphere berpengaruh terhadap minat beli ulang pada bisnis kuliner *cafe* ayah robi?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada bisnis kuliner *cafe* ayah robi?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang pada bisnis kuliner *cafe* ayah robi?
4. Apakah strategi store atmosphere persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang pada bisnis kuliner *cafe* ayah robi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk merekomendasikan adanya pengaruh store atmosphere terhadap minat beli ulang pada bisnis kuliner *cafe* ayah robi.
2. Untuk merekomendasikan adanya pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang pada bisnis kuliner *cafe* ayah robi.
3. Untuk merekomendasikan adanya pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada bisnis kuliner *cafe* ayah robi.
4. Untuk merekomendasikan adanya pengaruh store atmosphere, persepsi harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pada bisnis kuliner *cafe* ayah robi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian berdasarkan uraian diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Bisnis Kuliner Cafe Ayah Robi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tanggapan positif yang bermanfaat bagi bisnis kuliner Cafe Ayah Robi. Sebagai dasar kebijakan manajemen perusahaan untuk menjaga dan mempertahankan store atmosphere dan persepsi harga yang berguna untuk meningkatkan pembelian bagi

perusahaan sehingga dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen, sekaligus sebagai sumber informasi mengenai perkembangan bisnis kuliner di Indonesia.

2. Bagi Penulis

Sebagai bahan yang dapat memperluas pengetahuan dibidang pemasaran mengenai penerapan teori-teori yang telah dipelajari dengan praktik yang sesungguhnya. Sehingga diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam kepada penulis dalam bidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh *Store Atmosphere*, persepsi harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pada *Cafe Ayah Robi*.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan tambahan literatur pustaka yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk studi banding bagi mahasiswa dalam mengambil penelitian mengenai topik yang sama.

1.5 Batasan Penelitian

1. Tidak ada perubahan *Store Atmosphere* pada waktu meneliti
2. Tidak ada perubahan harga pada waktu meneliti
3. Tidak ada perubahan kualitas produk pada waktu meneliti