

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan Bisnis kuliner dan minuman menjadi tren dimana banyak diburu para kalangan muda. Perkembangan bisnis F&B di tahun 2023 mempunyai respon positif dan kembali bergairah setelah mengalami keredupan di masa pandemi. Hal ini dapat dilihat pada grafik pertumbuhan F&B berikut



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Makanan dan Minuman tahun 2011-2023

Sumber :data industri.com 2023

Pada saat ini di Bandar Lampung pertumbuhan bisnis F&B meningkat. Banyak bidang bisnis yang bermunculan, salah satunya adalah bisnis pada bidang café . Pengertian café Menurut Maulidi (2017), pengertian Kafe (Cafe) adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Cafe termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakann tempat duduk yang nyaman dan sedikit alunan music.

Di Bandar Lampung sendiri sebagai Ibu Kota dari Provinsi Lampug banyak dijumpai café café yang membuat banyak pilihan, tentunya para pelaku

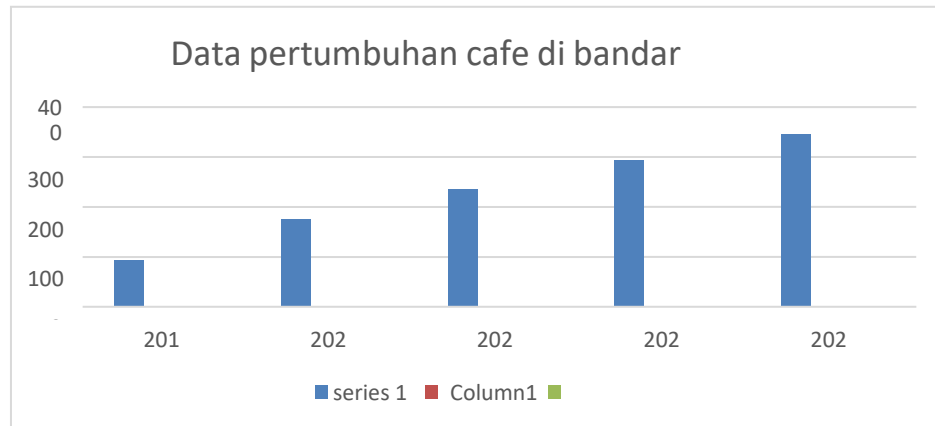
bisnis café merasakan ketatnya persaingan bisnis karena jumlah pelaku bisnis lebih banyak dibandingkan Kota-Kota lainnya yang berada di Lampung.

sumber : Analisis Strategi Bisnis Marley's Cafe Coffee and Resto Bandar Lampung

Bandar Lampung merupakan kota yang memiliki banyak penduduk termasuk para pendatang dari berbagai daerah khususnya para mahasiswa. Dengan besarnya peluang bisnis di Bandar Lampung sehingga banyaknya *cafe* yang ditemui di berbagai jalan yang merupakan tempat persinggahan atau tempat kunjungan para konsumen untuk bersantai dan berbincang-bincang. namun dengan adanya perubahan hidup, selera dan tata cara yang diinginkan pengunjung untuk menikmati makanan atau minuman, sehingga membuat para pengusaha mencari ide-ide yang moderen dan keunikannya masing masing yang dapat menarik dan mempertahankan pelanggan, Café Café lainnya juga telah bermunculan, di BandarLampung, menyediakan pilihan yang lebih banyak bagi para pengunjung untuk menikmati hidangan dan minuman café

sumber : Analisis Strategi Bisnis Marley's Cafe Coffee and Resto Bandar Lampung

Salah satu industri F&B adalah café, Tren pertumbuhan cafe di banyak kota termasuk Bandar lampung telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk perubahan gaya hidup masyarakat, meningkatnya minat terhadap makanan dan minuman, serta budaya kopi yang semakin populer. Bandar Lampung sebagai kota besar di Indonesia juga mengalami pertumbuhan café yang signifikan. Peningkatan jumlah cafe di Bandar Lampung mencerminkan minat masyarakat dalam mencari tempat-tempat yang nyaman untuk bersantai, bekerja, atau berkumpul dengan teman-teman. Cafe-cafe di Bandar Lampung pilihan berikut data pertumbuhan café di bandar lampung.



Gambar 1.2 Grafik Data Petumbuhan café di Bandar Lampung

Sumber : survei lapangan, (2023)

Berdasarkan data pada grafik di atas maka dapat disimpulkan bahwa tren pertumbuhan café di bandar lampung meningkat dari tahun 2019 sampai tahun 2023, banyak nya rekomendasi café yang ada di bandar lampung membuat banyak pelaku bisnis café semakin ketat persaingan dan semakin banyak pilihan bagi konsumen yang artinya semakin menyulitkan bagi pengelola café untuk menciptakan minat beli ulang, salah satu café yang cukup unik di bandar lampug adalah Café Energi Positif yang menawarkan berbagai macam makanan dan minuman, dari kopi tradisional hingga minuman modern, serta makanan ringan dan hidangan utama.

Objek dari penelitian ini adalah suatu usaha dibidang kuliner bernama Energi Positif cafe Bandar Lampung beralamatkan di Palmsville Residence Jagabaya III, Kota Bandar Lampung, dibuka pada oktober 2021 oleh ibu Maria Novitawati. Berangkat dari hobi memelihara tanaman hias, kepedulian terhadap Kesehatan dan kepedulian terhadap manusia dengan berkebutuhan khusus, maka terbentuklah cafe enenergi positif, di café enpos juga Terdapat jasa konsultasi psikologi akan tetapi jasa ini tidak di masukan pada daftar menu yang dirawarkan oleh café enrgi positif namu bisa di akses melalui café enpos,café enpos menawarkan atmostphere yang menarik dengan dindin dinding yang bertema industrial juga pajangan seperti lukisan abstrak yang dapat membuat pengunjung merasa nyaman Ketika berada di café enpos.

Dengan hal hal yang di tawarkan tersebut café energi positif mengincar segmentasi pasar kalangan anak muda yang dinilai lebih banyak menghabiskan waktu di café maka energi positif lebih menekankan segmentasi pasar ke anak muda yang berada di bandar lampung dan sekitarnya, dengan segmen pasar yang di tekan kan tersebut cefe energi positif membuat inovasi yang berbeda dengan café lainnya bisa dilihat dari menu yang ditawarkan café energi positif menawarkan menu menu makanan dan minuman modern dengan mengedepankan Kesehatan seperti cohtohnya wedang sereh, salah satu contoh minuman yang jarang di temui di café yang ada di bandar lampung dan ada pula menu kopi herbal yang di dalamnya terdapat campuran jahe dan adapula menu menu lainnya.

Padaawal berdirinya cafe Energi Positif mengalami kendala pemasaran dikarenakan terbatas nya informasi tentang keberadaan cafe energi positif keberadaan cafe Energi Positif hal tersebut tentu harus dilakukan perbaikan dikarenakan jika dibiarkan akan merusak kestabilan bisnis cafe energi postif Bandar Lampung. Seiring meningkatnya kebutuhan manusia, kondisi persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Berbagai macam produk ditawarkan dengan kualitas dan inovasi yang beragam. Pebisnis dituntut untuk tetap eksis agar dapat bertahan dalam bisnisnya. Maka pebisnis melakukan berbagai cara seperti melakukan inovasi baru dan mengembangkan pebisnis untuk memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat kualitasnya, dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada. Konsumen saat ini juga kritis dalam memilih suatu produk alternatif yang semakin banyak memudahkan konsumen untuk menentukan pilihan sesuai dengan selera dan kemampuan ekonominya

Minat beli ulang menurut Ali Hasan(2018:131) bahwa minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakuakn dimasa lalu. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen(Efdison et al.,

n.d.).minat beli ulang terhadap suatu produk dipengaruhi oleh banyak hal. Dalam dunia bisnis, pebisnis menginginkan produknya mengalami penjualan yang meningkat dan dapat mengungguli para pesaingnya, dimana jika kita bicara mengenai hal ini tentu tidak lepas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh pebisnis tersebut agar dapat memicu minat beli ulang,

2. Apakah setelah mengkonsumsi di cafe Enpos Anda berencana ingin kembali lagi?

30 jawaban



Gambar 1.3 kuisisioner pra sruvei

Berdasarkan data yang di peroleh dari kuisisioner pra sruvei menunjukkan data seperti di atas, sebanyak 30 responden berminat untuk melakukan minat beli ulang pada café Energi positif. Hal ini yang melatar belakangi pemilihan variable minat beli ulang pada objek penelitian café Energi Positif yang ditawarkan oleh perusahaan, melarang orang lain untuk melakukan pembelian pada perusahaan tersebut, serta keinginan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lain. Kenyataannya, menciptakan minat beli ulang yang tinggi itu tidak mudah, masih banyak dijumpai perusahaan yang memiliki minat beli ulang yang rendah dari konsumen. Pentingnya minat beli ulang minat pembelian merupakan faktor penting dalam dunia bisnis karena keputusan konsumen untuk membeli suatu produk didasari dengan adanya minat

Tabel 1.1 Ranking alasan terbanyak pengunjung Energi positif

Nomor	Alasan	jumlah
1	<i>Store atmosphere</i>	15
2	<i>Custmer Experience</i>	12
3	<i>Word of Mouth</i>	3
4	Gaya Hidup	1
	total	31

Sumber : data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan data pada table di atas terdapat dua alasan terbanyak orang berkunjung ke café energi positif hal ini yang menjadi alasan dalam penentuan variable penelitian yaitu *Store Atmosphere* dan *Customer Experience*, berberapa alasan orang untuk berkunjung pada energi positif, terdapat alasan yang berkaitan dengan *Store Atmosphere* café hal penting yang harus diperhatikan saat ini adalah bagaimana Café harus mampu mempertahankan serta meningkatkan minat beli ulang konsumen tetap tinggi agar perusahaan dapat terus berkembang. Kenyataannya, menciptakan minat beli ulang yang tinggi itu tidak mudah, masih banyak dijumpai perusahaan yang memiliki minat beli ulang yang rendah dari konsumen. Minat beli ulang yang rendah dapat diartikan bahwa perusahaan memberikan pelayanan kurang baik, dengan demikian maka produk yang ditawarkan tidak selalu terjual sehingga perusahaan akan mengalami kesulitan untuk memperoleh pendapatan. Niat dalam pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seseorangkonsumen harus memenuhi kebutuhannya, maka mereka akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya.

Enpos juga berusaha semaksimal mungkin untuk mempertahankan dan terlebih mengembangkan kekuatan yang telah tercipta dari café nya dan sudah berada dalam benak konsumennya supaya tidak hilang. Pihak manajemen sangat berperan penting dalam menciptakan produk minuman dan makanan yang berkualitas karena sebagian besar pengunjung lebih

cenderung memesan minuman dan makanan, sehingga pelayan dan koki harus berusaha semaksimal mungkin untuk menyajikan menu menu tersebut.

Minat beli ulang dapat tercapai apabila produk yang dibeli oleh konsumen dapat memenuhi harapan konsumen, dengan begitu konsumen merasa puas dengan terpenuhinya harapan yang diinginkan. Jurnal: "The Impact of *Store Atmosphere* on *Customer Loyalty*: A Systematic Review and Meta-Analysis" (2019) oleh Nguyen, H., Nguyen, H.T.T., & Nguyen, T.H. (. & Idris, 2022) Penelitian ini menunjukkan bahwa atmosfer toko yang menyenangkan, seperti pencahayaan yang tepat, musik yang cocok, tata letak toko yang baik, dan aroma yang menarik dapat meningkatkan minat beli ulang dan loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan produk yang dibeli maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian kembali. Hal ini menjadi acuan bagi perusahaan untuk memberikan pengalaman berbeda terhadap konsumen dalam membeli produk yang bertujuan untuk mempertahankan minat beli ulang konsumen dan meningkatkan pendapatan. Semakin banyak usaha cafe yang berkembang membuat konsumen memiliki berbagai macam pilihan sesuai dengan keinginan mereka. Setiap cafe memiliki ciri khas yang berbeda-beda dari segi pelayanannya, penata interior dan fasilitas-fasilitas yang digunakan. Pemilik harus mengetahui keinginan konsumen agar konsumen tidak berpaling pada kafe lain. Namun dalam beberapa tahun terakhir jumlah pengunjung Energi Positif semakin lama semakin berkurang karena adanya cafe baru yang terus bermunculan, hal ini terbukti dari fluktuasi jumlah pengunjung yang datang

Tabel 1.2 Jumlah pembeli yang datang pada tahun 2021 dan 2022

TAHUN	JUMLAH	KETERANGAN
2021	3.948	NAIK
2022	5.932	NAIK
		NAIK

Sumber: café energi positif, 2023

Berdasarkan data tersebut diketahui pengunjung café energi positif pada tahun 2021 sebanyak 3.948 pengunjung, sedangkan pada tahun 2022 pengunjung café energi positif sebanyak 5.932 dengan data tersebut dapat disimpulkan bahwa café energi positif mengalami peningkatan dari segi pengunjung.

Penelitian tentang café sudah banyak dilakukan. Salah satunya dilakukan oleh Isna Aminatus Sholihah (2020) Pengaruh suasana café dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Café Nganjuk menyatakan bahwa Suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Merdeka Cafe Nganjuk. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk. Suasana cafe dan kualitas layanan secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk. Dari beberapa penelitian café di atas belum ada yang meneliti di Energi Positif, Model terperinci perilaku konsumen tersebut menjelaskan bahwa rangsangan pemasaran yang terdiri dari variabel marketing mix yaitu produk, harga dan tempat, Komponen utama tersebut juga dipengaruhi oleh adanya rangsangan lainnya yaitu bersifat eksternal yaitu ekonomi, teknologi, politik, budaya. Dalam “kotak hitam pembeli” perusahaan harus dapat mengetahui karakteristik pembeli yang akan menentukan segmentasi dan pasar sasaran.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA CAFÉ ENERGI POSITIF BANDAR LAMPUNG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian maka pokok permasalahan yang diangkat yaitu :

1. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli ulang pada café Energi Positif kafe Bandar Lampung?

2. Apakah *customer experience* berpengaruh terhadap minat beli ulang Energi Positif Kafe Bandar Lampung?
3. Apakah Store Admosphere, Customer Experience,berpengaruh terhadap minat beli ulang pada café energi positif bandar lampung ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek penelitian ini yaitu konsumen pada Energi Positif Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini adalah *Store Atmosphere, Customer experience*, dan minat beli ulang.

1.3.4 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian dilaksanakan pada café Energi Positif Bandar Lampung

1.3.5 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan pada kebutuhan penelitian yang dimulai dilaksanakan padabulan Maret 2023 sampai dengan Juli 2023

1.3.6 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah bidang keilmuan ManajemenPemasaran yang meliputi *store atmosphere, Customer experience*, dan minat beli ulang

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap minat beli ulang pada cafe Energi Positif Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui Pengaruh *customer experience* terhadap minatbeli ulang pada Energi Positif cafe Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere, customer experience* terhadap minat beli ulang pada Energi Positif CafeBandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian pengaruh *Store Atmosphere*, *Customer Experience* dan terhadap kepuasan pelanggan yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi beberapa pihak yang berkepentingan, antara lain

1.5.1 Bagi kafe atau Coffe Shop Bandar Lampung

Perusahaan dapat memperoleh sumbangan pemikiran tentang Peran *Store Atmosphere*, *costumer experience* dapat mempengaruhi minat beli ulang pada café Energi Positif Bandarlampung.

1.5.2 Bagi IIB Darmajaya

Di harapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh *Store Atmosphere*, *costumer experience* terhadap minat beli ulang pada café Energi Positif Kafe Bandar Lampung. Dan menambah referensi perpustakaan jurusan manajemen pemasaran IIB Darmajaya.

1.5.3 Bagi Peneliti Berikutnya

Di harapkan dapat menambah masukan atau informasi bagi penelitian sejenis berikutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan pemahaman dan memberi gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan oleh penulis dengan tiap bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu berisi pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah yang mendasari diadakannya penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab dua ini berisi tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang landasan teori yang menjadi dasar dan bahan acuan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga berisi metode penelitian yang terdiri dari variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisi hasil dan pembahasan yang menjelaskan deskripsi obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi penutup yang berisi kesimpulan dari hasil analisis yang diperoleh dan saran berupa tindakan-tindakan yang sebaiknya dilakukan.

LAMPIRAN

Bagian ini berisi data yang dapat mendukung atau mempelajari atau memperjelas atau uraian yang dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya. Data-data tersebut dapat berbentuk gambar, tabel formulir, ataupun *flowchar*.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi daftar buku-buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian orang lain, dan bahan-bahan yang dijadikan referensi dalam penelitian skripsi.