

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era ini, budaya asing yang masuk ke Indonesia menyebabkan gaya hidup dan kebudayaan masyarakat terdampak. Dengan adanya budaya asing yang masuk ke Indonesia muncul banyaknya cafe dengan menu yang praktis. Banyak pelaku bisnis membuka dan mengembangkan bisnis mereka pada dunia kuliner. Dapat dilihat dari berkembangnya bisnis kuliner dengan bermacam-macam konsep, seperti restoran keluarga, angkringan, bistro dan cafe. Semakin banyak cafe yang muncul menjadikan usaha pada bidang kuliner ini semakin ketat. Kini cafe pun bukan lagi sebuah tempat makan tetapi juga menjadi tempat bagi penikmat kopi. Saat ini warung kopi atau cafe telah menjadi fenomena yang mewarnai pola kehidupan masyarakat. Warung kopi atau cafe juga berfokus untuk menyajikan minuman hingga makanan ringan dan makanan berat. Bahkan hampir setiap sudut kota di kota Jember terdapat warung kopi atau cafe. Warung kopi atau cafe yang terdapat di Jember biasanya dibuka sejak pagi hingga malam hari, bahkan ada juga yang buka hingga 24 jam. Biasanya pengunjung yang berada di warung kopi atau cafe datang untuk menikmati minuman seperti teh, kopi atau minuman lainnya dan juga untuk berbincang-bincang atau mengerjakan tugas.

Menurut (Alfan, 2019) pembelian kembali biasanya menandakan bahwa produk memenuhi persetujuan konsumen dan bahwa konsumen bersedia memakainya lagi dalam jumlah yang lebih besar. Pada dasarnya niat pembelian ulang merupakan perilaku konsumen dimana konsumen memberikan respon positif terhadap kualitas produk dan berniat untuk kembali atau mengkonsumsi produk. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan oleh pemilik bisnis untuk menciptakan pembelian ulang konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas produk, memperhatikan lokasi dan lingkungan fisik pada warung kopi atau cafe.

Menurut (Yunus & Id, 2014) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Suatu produk dapat menarik pembelian ulang pada konsumen, menarik konsumen baru atau dapat mengalihkan perhatian konsumen pesaing. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Zulkarnain et al., 2019) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang.

Pemilihan lokasi menjadi peran yang penting bagi perusahaan untuk menarik para konsumen. Lokasi merupakan salah satu bagian dasar bagi para konsumen dalam keputusan pembelian, Menurut (Yunus & Id, 2014) lokasi merupakan faktor yang penting dalam mencapai keberhasilan sebuah restoran, yaitu menyangkut antara lain *good visibility, easy acces, convenience, crub side appeal, parking*. Lokasi juga mempengaruhi kedudukan perusahaan dalam persaingan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Banyak cafe- cafe di kota Jember yang memiliki lokasi yang strategis namun banyak juga yang lokasinya tidak strategis. Terkadang, para konsumen memilih cafe atau warung kopi bukan hanya dari menu yang ada, melainkan lokasi yang menurut para konsumen cocok untuk menenangkan

diri. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Novitasari & Handayani, 2022), menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian ulang adalah lingkungan fisik. Lingkungan fisik adalah segala sesuatu yang berada disekitar manusia yang tidak bernyawa. Menurut (Saraun et al., 2022) lingkungan fisik dianggap sebagai faktor penting bagi keberhasilan restoran manapun dan dalam literatur didefinisikan sebagai lingkungan, yang mencakup keseluruhan tata letak, suasana, desain, pencahayaan, dekorasi dan estetika. Lingkungan fisik yang unik dapat memberikan kesan tersendiri untuk konsumen yang datang, sehingga dapat menjadi sebuah keputusan bagi konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Yunus & Id, 2014), menunjukkan bahwa lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang.

Salah satu cafe di Jember yang memiliki suasana nyaman adalah fifty-fifty (50:50). Cafe ini berdiri sejak tahun 2021. Cafe ini beroperasi pada pukul 14.00 sampai 00.00 wib. Cafe ini menawarkan aneka menu mulai dari kopi-kopian, hingga makanan berat. Cafe ini merupakan tempat yang cocok untuk dikunjungi oleh kalangan muda hingga kalangan tua dan juga cocok sekali bagi mahasiswa yang ingin mengerjakan tugas ataupun skripsi. Bangunan cafe ini memiliki bentuk yang sederhana. Cafe ini cenderung memberikan efek ketenangan, yang dapat dirasakan melalui warna perabot, warna dinding yang tidak mencolok, tanaman hidup yang ada didalam cafe, serta alunan musik yang sering diputar. Ditambah lagi cafe ini dapat memberikan fasilitas tambahan antara lain nonton bareng dan *live music* apabila sedang ada *event-event* tertentu yang tujuannya adalah untuk menghibur konsumen. Permasalahan yang ada pada cafe 50:50 adalah tidak memiliki lokasi yang strategis sehingga memungkinkan konsumen kesulitan untuk menemukan cafe ini. Lokasi cafe 50:50 ini tidak strategis dikarenakan masih memasuki jalan kecil sehingga tidak dapat terlihat langsung. Tempat parkir yang terdapat pada cafe 50:50 tidak cukup luas, sehingga tidak dapat menampung banyak kendaraan roda dua maupun roda empat.

**Tabel 1.1**

Data Penjualan Produk Cafe 50:50 dari Tahun 2021 hingga 2023

Tahun	Es Kopi Susu	Chocolate Ice	Fresh Milk Ice	Orange Ice
2021	6.264	5.568	2.088	6.612
2022	7.656	3.828	1.740	4.524
2023	8.352	5.916	1.192	4.136

Sumber : Cafe 50:50

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa pada Tahun 2021 hingga 2023 produk yang paling banyak digemari adalah Es Kopi Susu dan *Chocolate Ice*, dan produk yang mengalami penurunan penjualan adalah *Fresh Milk Ice*. Dari produk yang mengalami penurunan perusahaan perlu mengetahui apakah produk yang diberikan sesuai dengan kualitas produk, lokasi dan lingkungan fisik yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, berdasarkan uraian yang diberikan maka peneliti

mengambil judul Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Lingkungan fisik terhadap Pembelian Ulang pada Cafe 50:50.

Pada penelitian sebelumnya pembahasan tentang kualitas produk, lokasi dan lingkungan fisik terhadap pembelian ulang telah banyak dilakukan. Namun terdapat perbedaan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Yunus & Id, 2014) disimpulkan bahwa kualitas produk dan lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang, sedangkan lokasi tidak signifikan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Novitasari & Handayani, 2022) disimpulkan bahwa lokasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang. Dalam penelitian ini, ingin mengkaji terkait apakah kualitas produk, lokasi dan lingkungan fisik berpengaruh terhadap pembelian ulang pada cafe 50:50. Dengan melakukan analisis regresi linier berganda diharapkan akan didapatkan variabel mana yang berpengaruh terhadap pembelian ulang sehingga dapat menjelaskan pengaruh apa saja yang menjadi sebab konsumen melakukan pembelian ulang pada cafe 50:50.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah di jelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pada cafe 50:50?
2. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pada cafe 50:50?
3. Apakah lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pada cafe 50:50?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap pembelian ulang pada cafe 50:50.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap pembelian ulang pada cafe 50:50.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan fisik terhadap pembelian ulang pada cafe 50:50.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan terkait dengan kualitas produk, lokasi dan lingkungan fisik terhadap pembelian ulang konsumen.

#### **2. Bagi Perusahaan (Cafe 50:50)**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat dalam menerapkan kualitas produk, lokasi dan lingkungan fisik terhadap pembelian ulang konsumen yang sesuai sehingga dapat memberikan perbaikan di masa mendatang.

### 3. Bagi Akademisi

Sebagai sumbangan pustaka yang dapat menjadi referensi bagi pembaca tentang pengaruh kualitas produk, lokasi dan lingkungan fisik terhadap pembelian ulang konsumen.



