

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Beberapa tahun terakhir, sektor kuliner di Indonesia telah mengalami ekspansi yang pesat, khususnya di industri kafe dan restoran. Fenomena ini muncul dari transformasi pola hidup masyarakat kelas menengah hingga menengah atas, yang secara progresif mengadopsi pola-pola modern, ditambah dengan meningkatnya permintaan mereka ruang untuk bersantai, bertemu, bekerja, atau melakukan aktivitas sosial lainnya. Kafe dan restoran tidak sekedar menjadi tempat kuliner tetapi telah berkembang menjadi komponen penting dari rutinitas sehari-hari masyarakat, terutama bagi kaum muda dan pekerja yang membutuhkan lingkungan santai untuk bersosialisasi dan menghilangkan beban pikiran.

Sektor kuliner memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian nasional dan merupakan subsektor yang berkontribusi dalam ekonomi kreatif negara. Lebih lanjut, pertumbuhan bisnis di Indonesia diperkirakan akan mencapai 4,85 juta unit pada tahun 2023, yang mewakili peningkatan sekitar 21,13 persen dari 4,01 juta unit yang tercatat pada tahun 2016 (bps.go.id, 2024). Tren ini menggarisbawahi potensi signifikan untuk pertumbuhan tahunan yang berkelanjutan pada sektor kuliner di Indonesia.

Tidak hanya itu, perkembangan sektor kuliner juga terlihat dari meningkatnya jumlah kafe dan restoran di berbagai daerah. Data menunjukkan bahwa industri kuliner mampu menyerap jutaan tenaga kerja. Pernyataan ini diperkuat oleh Kepala Badan Pusat Statistik (BPS), yang menunjukkan bahwa tenaga kerja ekonomi kreatif diproyeksikan akan mencapai 18,70 persen dari angkatan kerja nasional pada tahun 2025 (bps.go.id, 2025). Hal ini menggarisbawahi peran penting sektor kuliner dalam memperkuat perekonomian dan menciptakan lapangan kerja. Selain memberikan kontribusi ekonomi yang besar, industri kuliner juga diperkirakan terus berkembang di masa mendatang. Industri kafe dan restoran di Indonesia terus bertumbuh seiring dengan meningkatnya keinginan masyarakat terhadap beragam pilihan kuliner. Namun demikian, pertumbuhan industri ini juga diikuti dengan banyaknya persaingan di antara para pelaku usaha kuliner.

Banyaknya persaingan pada sektor kuliner mengharuskan pemilik usaha agar mampu menciptakan berbagai strategi untuk mempertahankan usahanya. Keberhasilan suatu bisnis tidak harus ditentukan dengan kemampuan menarik konsumen, namun juga mempertahankan minat konsumen. Dalam hal ini adalah minat konsumen untuk kembali membeli produk. Tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap suatu barang atau jasa tercermin dalam minat mereka untuk kembali membeli. Pengalaman produk yang positif meningkatkan kemungkinan pelanggan membeli ulang dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Kualitas produk adalah salah satu elemen yang dapat memengaruhi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Cita rasa makanan dan minuman, kesegaran produk yang digunakan, presentasi produk, dan konsistensi rasa yang diberikan kepada pelanggan semuanya dianggap sebagai aspek kualitas produk di sektor kuliner. Konsumen akan melakukan pembelian tambahan apabila produk tersebut berkualitas tinggi. Dalam usaha kuliner seperti kafe dan restoran, interaksi antara karyawan dan pelanggan sangat penting karena dapat membantu meningkatkan pengalaman pelanggan, yang membuat orang merasa puas dan lebih cenderung untuk kembali lagi. Faktor lain yang tidak kalah penting dalam memengaruhi minat beli ulang konsumen adalah suasana kafe (*store atmosphere*). Suasana kafe mencakup berbagai elemen fisik yang terdapat di dalam lingkungan tempat usaha. Suasana kafe yang nyaman dan menarik menciptakan kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali melakukan pembelian.

Industri kuliner khususnya sektor kafe & restoran di Indonesia mengalami peningkatan tiap tahunnya. Tidak hanya secara nasional di daerah juga mengalami peningkatan yang serupa, salah satunya di Maumere, Flores Nusa Tenggara Timur. HM Cafe & Resto merupakan bisnis kuliner yang terletak di Maumere dan didirikan pada 8 November 2021. Kafe ini menargetkan pasar menengah hingga menengah atas serta muncul dengan konsep modern dan cozy pasca pandemi covid 19, saat perekonomian nasional sedang dalam tahap pemulihan. Kehadiran kafe ini menandai perkembangan baru dalam bisnis sektor kuliner khususnya di Maumere,

yang dianggap sebagai Kota kecil di Pulau Flores. Fitur tambahan yang membedakan kafe ini dari kafe lain di Maumere mencakup area bermain anak, serta ruang *fitness* dan *aerobics*. Selain itu, dengan adanya area *VIP*, menjadikan kafe ini sebagai salah satu tempat paling populer bagi masyarakat kelas menengah hingga atas untuk bersantai, berkumpul dengan teman, keluarga atau rekan bisnis, serta menikmati berbagai produk dan layanan yang tersedia. Hal ini merupakan sesuatu yang baru dan unik, bagi beberapa masyarakat yang belum memahami tujuan dan konsep kafe ini.

Seiring meningkatnya persaingan di industri kuliner, HM Cafe & Resto harus fokus pada berbagai aspek yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen dan keinginan mereka untuk berkunjung kembali. Menjaga kualitas produk yang baik, menawarkan layanan yang memuaskan, dan menciptakan lingkungan kafe yang menyenangkan dapat meningkatkan pengalaman positif pelanggan. Apabila konsumen senang dengan kualitas produk, layanan yang mereka terima, dan suasana secara keseluruhan, mereka cenderung ingin kembali ke tempat tersebut. Sebaliknya, apabila konsumen kurang puas dengan pengalaman mereka, kemungkinan akan pergi ke tempat lain yang menurut mereka menawarkan pengalaman yang lebih baik. Namun demikian, hal tersebut masih perlu diteliti kebenarannya karena masing-masing konsumen tentunya memiliki pandangan yang berbeda mengenai kualitas produk, pelayanan, maupun suasana kafe yang mereka kunjungi.

Dalam menciptakan pengalaman dan persepsi positif kepada konsumen, HM Café & Resto melakukan strategi seperti menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik dan menciptakan suasana kafe yang nyaman bagi konsumen yang berkunjung. Hal tersebut dilakukan seperti menjaga kualitas makanan dan minuman, memberikan pelayanan yang baik, menciptakan *store atmosphere* yang bergaya bintang lima dan menyediakan berbagai fasilitas seperti *live music*, *fitness tool*, *playground* serta menyediakan fasilitas *co-working space* seperti *VIP room*. Hal ini menambah kesan spesial dan mendukung kebutuhan dan keinginan konsumen. Tidak hanya menjadi tempat makan dan minum tempat ini juga sekaligus menjadi tempat *hangout* sambil melakukan pekerjaan bagi sebagian masyarakat menengah dan menengah atas di Maumere. Berbagai fitur yang disuguhkan membuat tempat ini menjadi unik dibanding usaha kuliner lain di Maumere. Pelayanan karyawan yang baik serta suasana tempat yang bersih dan nyaman sangat memberikan kesan positif bagi siapa saja saat berkunjung di HM Café & Resto Maumere. Tidak hanya itu lokasi yang strategis dengan tersedianya tempat parkir yang luas memudahkan konsumen dalam proses mengunjungi kafe tersebut.. Tingkat keinginan pembelian pelanggan yang tinggi tidak selalu terjamin hanya dengan tersedianya fasilitas lengkap. Selain fasilitas, opini pelanggan tentang suasana keseluruhan, kualitas produk, dan tingkat pelayanan semuanya berperan dalam keinginan mereka untuk kembali.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa faktor-faktor ini memberikan pengaruh yang substansial terhadap perilaku konsumen. Menurut penelitian Farhan Purnawarman et al., (2022) kualitas produk dan suasana café berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, baik secara parsial maupun simultan. Ini menyiratkan bahwa peningkatan kualitas produk dan suasana kafe yang lebih baik secara positif memengaruhi minat beli kembali di kalangan konsumen. Selanjutnya hasil penelitian oleh Martaputri et al., (2025) juga menemukan bahwa kualitas produk dan *store Atmosphere* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memperkuat bahwa kombinasi antara kualitas produk dan suasana tempat merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman konsumen yang mendorong loyalitas. Selain itu, hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana kafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Lutfiani et al., 2025). Ketiga penelitian tersebut menyatakan hasil yang sama, dengan pengujian secara parsial maupun simultan.

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu tersebut, dibuat kesimpulan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan suasana kafe merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan serta minat beli ulang konsumen. Namun penelitian mengenai ketiga variabel tersebut masih perlu dilakukan pada konteks yang berbeda, khususnya pada HM Café & Resto Maumere yang memiliki karakteristik konsumen, daerah serta fasilitas berbeda yang menambah keunikan kafe tersebut.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada HM Café & Resto Maumere.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada HM Café & Resto Maumere.
3. Apakah suasana kafe berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada HM Café & Resto Maumere.
4. Apakah secara simultan kualitas produk, pelayanan dan suasana kafe berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada HM Café & Resto Maumere.

1.3. BATASAN MASALAH

Batasan masalah adalah ruang lingkup atau fokus pembahasan pada sebuah penelitian. Maka batasan masalah dalam penelitian ini berfokus pada kualitas produk, pelayanan dan suasana kafe yang berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di HM Café & Resto Maumere.

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada HM Café & Resto Maumere.

2. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh minat beli ulang konsumen pada HM Café & Resto Maumere.
3. Untuk menganalisis suasana kafe berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada HM Café & Resto Maumere.
4. Untuk menganalisis secara simultan kualitas produk, pelayanan dan suasana kafe berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada HM Café & Resto Maumere.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat merupakan sebuah perolehan, baik positif maupun negatif dari suatu kegiatan. Dalam konteks akademik dapat disimpulkan bahwa manfaat penelitian merupakan dampak yang didapatkan setelah penelitian tersebut dilakukan. Dalam penelitian ini, manfaat tersebut dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Studi ini diharapkan menghasilkan tambahan pengetahuan dan pemahaman ilmiah yang selaras dengan topik penelitian, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan suasana kafe terhadap minat beli ulang konsumen, sekaligus memberikan referensi untuk studi ilmiah selanjutnya.

1.5.2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemahaman baru dan data empiris tentang pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan suasana

kafe terhadap minat beli ulang konsumen, serta menyumbang referensi bagi peneliti selanjutnya.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan strategi bisnis HM Café & Resto Maumere kedepannya.

c. Bagi institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan koleksi baru untuk kepustakaan Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero.

1.6. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah pemahaman yang lebih sistematis, maka penulis membagi menjadi beberapa bagian yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjabarkan kajian teoritis yang mendukung penelitian ini, termasuk referensi penelitian terdahulu yang dianggap mendasar bagi setiap variabel yang diteliti (meliputi kerangka pikir dan hipotesis).

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metodologi penelitian, yang mencakup sifat penyelidikan, definisi operasional dan indikator untuk variabel

penelitian, populasi sasaran, kerangka pengambilan sampel dan prosedur seleksi, sumber data dan metode pengumpulan, lokasi studi dan parameter temporal, konstruksi instrumen, validasi integritas data, dan teknik analitis yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis data dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian, meliputi hasil pengumpulan data, hasil uji analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup dari skripsi ini, yang menguraikan kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.