

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri kuliner di Indonesia sekarang ini sangatlah pesat. Kementerian Perindustrian mencatat, sumbangan industri makanan dan minuman kepada PDB industri non-migas mencapai 34,95 persen pada triwulan III tahun 2017. Hasil kinerja ini menjadikan sektor tersebut kontributor PDB industri terbesar dibanding subsektor lainnya. Karena itu tidak heran jika industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun depan. Peran penting sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri nonmigas serta peningkatan realisasi investasi.

Persaingan bisnis makanan dan minuman mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan bisnis ini didukung dengan perilaku konsumen, pada saat ini yang telah terjadi pergeseran gaya hidup di masyarakat yang lebih konsumtif, dimana masyarakat sudah terbiasa dengan sesuatu yang serba instan dan praktis. Perkembangan zaman membuat masyarakat lebih terbuka dan terbiasa untuk makan di luar rumah yang dinilai lebih efisien dan dijadikan sebagai sarana kekeluargaan, berkumpul dengan teman atau kerabat, untuk pertemuan bisnis, dan untuk merayakan suatu acara. Hal ini yang mendorong bisnis makanan dan minuman yang ada di Kota Sungai Penuh semakin meningkat pesat dan persaingan bisnis ini menjadi semakin kompetitif.

Cafe merupakan suatu jenis restaurant yang biasanya menyajikan minuman dan makanan saja, cafe juga menyediakan tempat duduk di dalam dan di luar ruangan. Cafe tidak menyajikan makanan berat namun lebih berfokus pada menu makanan ringan seperti kue, roti, dan sup, tetapi saat ini cafe juga menjual makanan berat seperti nasi goreng, nasi putih, dengan pilihan lauk dan sayur yang bervariasi. Cafe pertama muncul di Negara Eropa. Istilah cafe paling umum dijumpai di Negara Perancis yang kemudian diadopsi oleh kotakota di Inggris pada akhir abad ke-19. Istilah (cafe) berasal dari kata coffee yang berarti kopi. Cafe merupakan tempat yang cocok untuk bersantai, melepas kepenatan, serta bertemu dengan kerabat. Biasanya cafe menyediakan menu yang menarik dibandingkan dengan restaurant. Tetapi cafe menawarkan suasana relaksasi bagi para konsumennya yang merasa lelah dan jenuh dengan kegiatan keseharian mereka yang penuh dengan ketegangan. Jonia Cafe menawarkan suasana relaksasi tersebut. Meskipun bangunannya merupakan sebuah rumah yang dijadikan tempat usaha, namun tetap dapat memberikan nuansa relaksasi dengan penataan meja yang estetik, menu makanan yang menarik dan lezat, serta pelayanan yang baik.

Salah satu usaha yang mendapatkan perhatian banyak konsumen di Kota Sungai Penuh adalah usaha Jhonia Cafe yang menyuguhkan tempat makan dan juga tempat karaoke. Karena Cafe merupakan salah satu tempat berkunjung bagi konsumen yang ingin berkumpul-kumpul bersama kerabat, keluarga, teman, dan lainnya sambil menikmati waktu bernyanyi bersama. Bisnis cafe merupakan pilihan yang tepat di tengah situasi perekonomian dan perkembangan jumlah penduduk di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci. Alasan mendasar bagi

pemilihan bisnis cafe di karenakan orang perlu makan dan orang butuh tempat bersantai berkumpul dengan keluarga, teman, sahabat dan relasi sehingga hal tersebut menjadikan alasan untuk mengunjungi Jhonia Cafe.

Memahami perilaku konsumen dalam bidang kuliner tidak hanya cukup mengetahui apa yang menyebabkan seorang konsumen tertarik untuk datang, tapi juga perlu memahami bagaimana supaya konsumen puas dan datang kembali untuk berkunjung di kemudian hari atau *revisit intention*. Jhonia Cafe perlu memahami faktor-faktor pendorong apa yang dapat mempengaruhi konsumen untuk datang kembali ke suatu cafe. Oleh karena itu, beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan *revisit intention* ke Jhonia Cafe.

Revisit intention menjadi hal penting untuk dikaji dalam ilmu pemasaran. Niat untuk mengunjungi ulang merupakan tahapan dari pasca pembelian suatu konsumsi produk atau jasa. Pada tahap pasca pembelian, konsumen yang puas akan melakukan kunjungan kembali ke Jhonia Cafe dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai suatu makanan dan minuman yang dibelinya di Jhonia Cafe. Ketika konsumen melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang dikonsumsi, mereka cenderung untuk membeli produk yang dapat memberikan kepuasan bagi dirinya dan pastinya konsumen tentu akan melakukan *revisit intention* terhadap Jhonia Cafe sebagai bentuk evaluasi dan kepuasan yang didapatkan setelah melakukan makan di cafe.

Menurut Wibowo (2016), minat kunjung ulang atau *revisit intention* merupakan bentuk perilaku (*behavioral intention*) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberikan *word of mouth* yang positif, tinggal lebih lama dari

perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan. Minat berkunjung berarti konsumen (pengunjung) potensial yang pernah dan belum pernah dan yang sedang akan berkunjung pada suatu objek wisata. Minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada suatu objek. Minat seseorang untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangi objek tersebut, hal ini berarti minat berkunjung adalah kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada suatu objek sehingga terdorong untuk berkunjung atau mendatangi objek tersebut.

Menurut Wibowo (2016), Untuk mengukur *revisit intention* konsumen dalam minat berkunjung ulang, maka ada beberapa indikator *revisit intention* yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung lagi, kesediaan konsumen untuk mengundang, mengajak orang lain untuk berkunjung, kesediaan seseorang untuk menceritakan produk atau jasa kepada orang lain, dan kesediaan konsumen untuk menempatkan tujuan kunjungan dalam prioritas. Apabila keempat indikator dapat terwujud dalam kegiatan pemasaran, maka tentunya konsumen dapat melakukan kunjungan kembali ke tempat objek yang menjual produk makanan dan sebagainya yang telah dikonsumsi oleh konsumen. Minat berkunjung kembali merupakan salah satu bentuk hasil evaluasi produk maupun tempat, dan sebagainya yang dinilai sebagai tingkat kepuasan. *Revisit intention* ditandai dengan adanya kesediaan untuk kembali berkunjung ke objek penelitian khususnya ke Cafe Jhonia Sungai Penuh. Berdasarkan data observasi awal yang dilakukan pada Cafe Jhonia Sungai Penuh mendapatkan data jumlah pengunjung Cafe Jhonia dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Pengunjung Cafe Jhonia Sungai Penuh Tahun 2023

| No. | Bulan | Jumlah Pelanggan (Orang) |
|---------------|-----------|--------------------------|
| 4 | April | 1500 |
| 5 | Mei | 2500 |
| 6 | Juni | 1800 |
| 7 | Juli | 1600 |
| 8 | Agustus | 2200 |
| 9 | September | 2000 |
| Jumlah | | 11.600 |

Sumber: Cafe Jhonia Sungai Penuh, Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas data jumlah pengunjung Cafe Jhonia Sungai Penuh cukup banyak setiap bulannya. Berdasarkan fenomena *revisit intention* berkaitan dengan ketidaksesuaian antara beberapa indikator dari variabel *revisit intention*. Masalah kesediaan berkunjung kembali yang menurut konsumen masih mempertimbangkan masalah harga yang terlalu tinggi. Konsumen terkadang enggan berkunjung kembali karena harganya terlalu mahal, sehingga konsumen akan berkunjung harus menyiapkan biaya yang lebih tinggi dibandingkan pada cafe lain.

Menurut Wibowo (2016), faktor yang mempengaruhi *revisit intention* konsumen dalam minat berkunjung ulang, maka ada beberapa indikator *revisit intention* yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung lagi, kesediaan konsumen untuk mengundang, mengajak orang lain untuk berkunjung, kesediaan seseorang untuk menceritakan produk atau jasa kepada orang lain, dan kesediaan konsumen untuk menempatkan tujuan kunjungan dalam prioritas. Apabila keempat indikator dapat terwujud dalam kegiatan pemasaran, maka tentunya konsumen dapat melakukan kunjungan kembali ke tempat objek yang menjual produk makanan dan sebagainya yang telah dikonsumsi oleh konsumen. Minat berkunjung kembali

merupakan salah satu bentuk hasil evaluasi produk maupun tempat, dan sebagainya yang dinilai sebagai tingkat kepuasan.

Faktor yang mempengaruhi *revisit intention* adalah *aksesibilitas*. *Aksesibilitas* merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan kunjungan ke tempat atau lokasi Jhonia Cafe Sungai Penuh. Menurut Tjiptono (2014), aksesibilitas adalah lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum. Aksesibilitas dapat diukur dengan indikator ketersediaan transportasi dan dengan jarak pencapaian yang singkat. Selain faktor jarak, tingkat kemudahan pencapaian tujuan, waktu tempuh, dan faktor biaya.

Berdasarkan fenomena *aksesibilitas* yang dapat mempengaruhi langsung terhadap kepuasan pengunjung dan secara tidak langsung berpengaruh terhadap *revisit intention*, maka beberapa indikator tersebut menjadi masalah dapat dijabarkan sebagai berikut. Fenomena kesusahan mencapai lokasi pada saat jam tertentu khususnya pada saat jam makan siang dan pada saat kegiatan buk bersama sering dialami konsumen masalah jalan macet membuat susah menuju ke tempat Cafe Jhonia Sungai Penuh. Konsumen harus menunggu berlama-lama menuju ke lokasi cafe untuk menghadapi adanya masalah kemacetan jalan pada jam tertentu.

Faktor yang mempengaruhi secara langsung terhadap kepuasan pengunjung dan pengaruh secara tidak langsung terhadap *revisit intention* adalah *physical evidence*. Menurut Kotler (2015), *physical evidence* adalah sarana fisik yang

merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan untuk membeli dan mengonsumsi makanan yang dijual oleh suatu perusahaan atau cafe. *Physical evidence* dapat diukur dengan indikator desain, tata letak, dan suasana ruang. Apabila desain ruangan yang bagus, tata letak meja konsumen, dan suasana ruang yang nyaman, menyenangkan, maka dapat mempengaruhi secara langsung terhadap kepuasan, sehingga konsumen minat untuk melakukan *revisit intention* ke Jhonia Cafe.

Berdasarkan fenomena *physical evidence* berdasarkan indikator di atas yang dapat diidentifikasi adalah secara keseluruhan *physical evidence* Jhonia Cafe Sungai Penuh sudah bagus dan estetik, namun beberapa hal yang menjadi masalah adalah resto dan karaoka berada dalam bangunan yang sama. Hal ini sering menyebabkan ketidaknyamanan pengunjung cafe pada saat makan terdengar suara keras dari karaoke room. Suara karaoke yang mengganggu terkadang menyebabkan pengunjung tidak nyaman hal ini dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan *revisit intention* ke Jhonia Cafe.

Faktor yang mempengaruhi secara langsung terhadap *revisit intention* adalah kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung secara tradisional dipandang sebagai faktor penting bagi *revisit intention* dalam melakukan pembelian produk di Jhonia Cafe. Menurut Kotler (2015), kepuasan pengunjung adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang

hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut. Kepuasan pengunjung juga merupakan persepsi individu terhadap performansi suatu makanan yang konsumsi disesuaikan dengan harapan konsumen ataupun makanan yang dibelinya dinilai sesuai dengan harapan konsumen. Untuk mengukur kepuasan pengunjung indikator yang digunakan adalah merasa puas, sesuai dengan harapan, dan puas terhadap kualitas.

Berdasarkan fenomena kepuasan pengunjung yang diidentifikasi di objek penelitian adalah terkadang kesesuaian harapan konsumen terhadap makanan yang dikonsumsi kurang sesuai dengan harapan, misalnya rasa yang kurang cocok, porsi yang sedikit, atau sebagainya. Kemudian minat berkunjung kembali berkurang setelah konsumen melihat adanya kurang kecocokan dengan harapan konsumen. Selanjutnya masalah kesediaan merekomendasi ke orang lain hilang setelah harapan yang dialami oleh konsumen berkurang dan konsumen tentunya kurang merasa puas dengan mengonsumsi makanan di Jhonia Cafe. Oleh sebab itu, kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap *revisit intention* berdasarkan dari 3 indikator tersebut.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti tertarik untuk meneliti skripsi yang berjudul: “**Pengaruh Aksesibilitas, Physical Evidence, Kepuasan Pengunjung terhadap Revisit Intention di Cafe Jhonia Cafe Sungai Penuh**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian adalah.

1. Apakah terdapat pengaruh *aksesibilitas* terhadap *revisit intention* secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
2. Apakah terdapat pengaruh *physical evidence* terhadap *revisit intention* secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
4. Apakah terdapat pengaruh *aksesibilitas*, *physical evidence*, kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention* secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah serta batasan masalah diatas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh *aksesibilitas* terhadap *revisit intention* secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh *physical evidence* terhadap *revisit intention* secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
4. Untuk mengetahui pengaruh *aksesibilitas*, *physical evidence*, kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention* secara simultan dan berapa besar pengaruhnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitian tersebut dapat dibagi ke dalam bagian berikut:

1.4.1 Manfaat Secara Akademis

1. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan terutama kegiatan pemasaran yang berkaitan dengan *aksesibilitas, physical evidence, kepuasan pengunjung, dan revisit intention*.
2. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang bersangkutan guna menjadikan penelitian ini lebih lanjut terhadap objek sejenis atau aspek lainnya.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan kebijakan strategis mengenai pemasaran bisnis Cafe yang ada di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci.
2. Bagi peneliti lain, semoga dapat dijadikan sebagai rujukan dalam memilih variabel yang sama dengan penelitian ini dengan menggunakan metode dan pendekatan yang berbeda-beda.