BAB I

PENDAHULAN

1.1 LATAR BELAKANG

Coffee shop adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi, minuman dan juga makanan yang dibalut dengan suasana yang nyaman disertai alunan musik atau pun live music, pelayanan yang ramah, dan menyediakan koneksi internet secara gratis untuk setiap pengunjungnya Sejak akhir era 1990-an, kopi mulai kembali dinikmati, hal ini ditandai dengan banyaknya coffee shop, yang dulunya terkenal dengan konsep toko kopi yang hanya menjual kopi kini mengalami perluasan makna. Coffee shop kini selain menjual kopi juga menjual suasana. Maraknya kemunculan coffee shop saat ini tidak terlepas dari pengaruh gaya hidup kota besar yang menyuguhkan banyak kesenangan bagi para pencari hiburan dan menjadi tempat "nongkrong" favorit .

Dengan menciptakan suasana cafe yang menarik dapat memunculkan minat konsumen untuk mengunjungi cafe dan kemudian didukung dengan layanan yang berkuaitas memungkinkan untuk terciptanya kepuasan konsumen, apa bila konsumen merasa puas maka tidak menutup kemungkinan baagi mereka untuk melakukan pembelian di kemudian hari dan tidak menutup kemungkinan bagi mereka yang merasa puas untuk menjadi pelanggan tetap di cafe tersebut.

Budaya minum kopi kini menjadi salah satu budaya paling digemari semua kalangan, khususnya remaja dan dewasa. konsumsi kopi Indonesia meningkat dari tahun 2016 ke tahun 2019 dengan pertumbuhan rata-rata 5,31%. Hal ini menunjukkan prospek bisnis kopi di Indonesia sangat menguntungkan karena permintaan tentunya selalu meningkat setiap tahunnya. Salah satu yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha yaitu pada produk yang mereka

berikan kepada para konsumen mereka. Produk yang berkualitas menjadi salah satu penilaian positif dari konsumen untuk bisnis itu sendiri, hal ini dikarenakan produk yang memiliki kualitas yang baik akan mendatangkan *perceived value* bagi konsumen itu sendiri.

Pada zaman sekarang budaya meminum kopi tidak hanya menjadi sebuah kebutuhan semata tetapi meminum kopi sudah masuk dalam ranah gaya hidup dengan berbagai varian yang ditawarkan dan juga tempat yang berkelas sehingga harga kopi juga cenderung lebih mahal.

Dalam berbagai usaha bisnis yang berkembang saat ini,baik yang menghasilkan barang atau jasa, peran pemasaran sangatlah penting karena merupakan salah satu faktor kunci penentu keberhasilan bisnis.

Relationship Marketing merupakan konsep manajemen pemasaran modern. Dalam hal ini *relationship* marketing membantu perusahaan dalam membangun relasi dengan pelanggan yang menguntungkan dalam jangka panjang, dengan tujuan untuk membangun dan menjaga komitmen pelanggan yang tentunya menguntungkan bagi perusahaan. *Relationship* Marketing lebih menekankan kepada hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, *Relationship* Marketing disebut sebagai salah satu strategi manajemen pemasaran jangka panjang (Harlina, 2019).

Fenomena maraknya café / coffe shop dikota sungai penuh provinsi jambi menyebabkan adanya persaingan untuk menciptakan sebuah cafe yang memberikan kenyamanan bagi konsumen baik dari segi suasana yang memiliki konsep kekinian yang dapat membuat kenyamanan tersendiri bagi konsumen terutama kaum milenial, selain suasana banyaknya pengunjung café.

Terdapat beberapa faktor yang akan mempengaruhi seorang konsumen melakukan kunjungan yaitu variasi menu, suasana café dan gaya hidup adalah faktor yang dapat

mempengaruhi minat kunjungan kembali. Cafe yang memiliki menyediakan suasana yang nyaman dan menyenangkan dapat meningkatkan minat berkunjung kembali.

Cafe diharapkan menjadi tempat yang sesuai untuk konsumen yang hendak melakukan aktivitas baik itu meeting,diskusi ringan atau bahkan hanya untuk bersantai melupakan segala hiruk pikuk yang tejadi (Oktavia, 2020). (Grace Amalia Tondang et al., 2023)

Cafe diharapkan memiliki kesan yang berbeda serta menarik konsumen agar berkunjung setiap hari untuk menghabiskan waktu luang bersama kerabat atau teman yang hal itu memberikan suatu daya tarik tersendiri dari varian menu yang akan disajikan oleh cafe tersebut untuk tidak menciptakan rasa bosan dari setiap konsumen atau pelanggan. Oleh sebab itu, adanya fenomena suasana, harga, dan varian menu yang terjadi antara cafe di kota medan menjadikan suatu penelitian tentang dampak dari minat kunjungan baik kepada pelanggan ataupun konsumen baru yang di dapatkan cafe tersebut (Dharma & Aisah, 2022) (Grace Amalia Tondang et al., 2023)

Perkembangan ekonomi telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini terlihat sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah café. coffe shop arafah town ini di bangun pada tahun 2021 di daerah sumur anyir kecamatan sungai bungkal kota sungai penuh.

Arafah town adalah sebuah konsep bisnis yang menawarkan berbagai produk kuliner dan kopi serta mengedepankan budaya lokal dan kolaborasi dengan UMKM kreatif. Konsep ini menawarkan pengalaman baru bagi penikmat kuliner dan kopi di sungai penuh. Arafah town ini menyediakan berbagai macam olahan minuman dan makanan salah satu cirikas cafee yaitu

menyediakan berbagai macam minuman makanan seperti coffe, moctail dan varian menu lainnya.

Arafah town menjadi alternatif bagi para penikmat kopi yang ingin menikmati kopi dengan inovasi yang berbeda. Arafah town mengusung cafe yang menyediakan menu bersantap bersama keluarga, teman, dan pasangan.

Salah satu bentuk usaha kuliner yang saat ini sedang banyak diminati oleh banyak kalangan adalah bisnis cafe. Hal ini juga disebabkan oleh adanya perkembangan zaman yang semakin modern dan perkembangan makro ekonomi.

Menurut (Taufik et al., 2022) Pada dasarnya minat mengunjungi adalah rasa ingin untuk datang ke suatu daerah yang menarik untuk dikunjungi. Oleh karena itu, teori minat mengunjungi diambil dari teori minat beli terhadap suatu produk, sehingga dalam beberapa kategori minat mengunjungi dapat diterapkan dari model minat beli. Minat adalah dorongan untuk memotivasi seseorang untuk mengambil tindakan. Minat beli merupakan aktivitas psikologis yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran tentang suatu produk atau jasa yang diinginkan.

Fenomena minat kunjungan kembali pada coffe shop arafah town yaitu keinginan konsumen untuk melakukan kunjungan ke suatu tempat. Kebanyakan orang berkunjung ke Arafah town hanya ingin menghabiskan waktu luang nya bersama teman dan keluarga, dari banyaknya cofe shop yang ada di kota sungai penuh ,arafah menjadi salah satu cofe shop yang mulai banyak di minati agar konsumen merasa puas dan nyaman dengan adanya perubahan dan konsep baru sehingga para konsumen minat untuk berkunjung kembali

Menurut Tondang et al (2023), variasi menu yang baik disajikan berdasarkan pengelompokan bahan utama yang biasanya dilakukan oleh setiap kafe yaitu variasi mie, variasi

nasi, variasi minuman kopi, variasi minuman, jus dan lain sebagainya sehingga memudahkan konsumen yang ingin melakukan pemesanan terhadap masakan kafe tersebut.(Khong & Tandiwan, 2024)

Menurut Astuti et al (2019), menyatakan bahwa menu makanan dan minuman yang beragam adalah menu yang sesuai untuk menyediakan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Timo (2021), menu adalah suatu susunan pilihan makanan dan minuman yang disertai dengan harganya masing-masing, disajikan di atas kartu, kertas, atau bentuk media lainnya, dengan tujuan untuk memikat dan membantu klien.(Khong & Tandiwan, 2024)

Fenomena variasi menu pada coffe shop arafah town yaitu Setiap konsumen memiliki selera makan yang berbeda-beda. Jika cafe menyediakan menu yang beranekaragam atau bervariasi, akan lebih memudahkan cafe untuk menarik konsumen, variasi menu yang di tawarkan oleh café sangat banyak dari makanan ringat hingga makanan berat dan tak lupa juga coffe , dari segi minuman bisa di bilang tidak adanya masalah ,tetapi dari segi makanan di perlukan rasa yang konsisten, karena makanan yang tidak konsisten rasanya itulah yang membuat para konsumen merasa tidak puas terhadap makanan tersebut, sehingga di perlukannya kualiti kontrol Tugas kualiti kontrol untuk memantau para koki dalam pembuatan makanan agar rasanya konsisten.

Menurut Agus Mastriani(2020), suasana cafe adalah suatu keadaan atau situasi lingkungan cafe yang didesain dan dapat memberikan kesan nyaman pada pelanggan sehingga dapat menarik pelanggan sesuai dengan yang diinginkan oleh para pelanggan. Suasana cafe atau penetaan ruangan didalam maupun diluar cafe sangat menentukan tingkat kepuasan bagi pelanggan. (Arfah1 et al., 2023)

Kotler & Amstrong (2013) *atmosfer* adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran yang dapat menarik konsumen untuk membeli, *Atmosfer* dalam sebuah cafe dapat

mempengaruhi emosi dan perasaan konsumen sehingga dapat terjadi proses pembelian.(Adiyat Maulana et al., 2024)

Fenomena suasana di coffe shop arafah town yaitu Cafe yang didesain yang dapat memberikan kesan nyaman pada konsumen sehingga dapat menarik pelanggan yang sesuai dengan yang diinginkan oleh para pelanggan. Coffe shop arafah town yang memiliki desain yang cukup unik dengan memakai konsep komunal yang berfokus pada interaksi dan komunikasih, desain ruang yang terbuka dan ramah. Arafah town dulu mengambil konsep minimalis yang lebih berfokus pada kesederhanan dan estetika.dan target merketingnya semua umur Cuma dari menu, tampilan sama yang merketing digital secara langsung bikin anak muda jadi malas ke arafah.

Menurut Sutisna dalam Heru Suprihhadi (2017) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta *interest* (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga *opinion* (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk.(Arsita, 2022)

Gaya hidup berperan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian, dengan konsumen yang semakin mengutamakan kenyamanan dan kesesuaian produk dengan kebutuhan mereka (Fatimah, 2019).(Mulyadi et al., 2025)

Fenomena gaya hidup di coffee shop arafah town. fenomena yang terjadi di masyarakat saat ini, khususnya di kalangan anak muda. Gaya hidup mereka mulai berubah dari kebiasaan menghabiskan waktu di kafe untuk hanya mengobrol, makan, dan minum menjadi lebih *ekspresif*, dan kemudian memiliki keinginan untuk menunjukkan eksistensi mereka di

komunitas atau akun media sosial mereka. Keseringan nongkrong bisa mengakibatkan masalah keuangan. Sehingga anak zaman sekarang lebih mementingkan gaya dari pada pendidikan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh variasi menu terhadap minat kunjungan kembali di coffe shop arafah town ?
2. Apakah terdapat pengaruh suasana cafe terhadap minat kunjungan kembali di coffe shop arafah twon?
3. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap minat kunjungan kembali di coffe shop arafah town?
4. Apakah terdapat pengaruh variasi menu, suasana café dan gaya hidup terhadap minat kunjungan kembali di coffe shop arafah town?

1.3 Tujuan Penelitian

1. untuk mengetahui pengaruh variasi menu terhadap minat kunjuangan kembali coffe shop arafah town
2. untuk mengetahui pengaruh suasana cafe terhadap minat kunjungan kembali coffe shop arafah town
3. untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap minat kunjungan kembali coffe shop arafah town
4. untuk mengetahui pengaruh variasi menu,suasana café dan gaya hidup terhadap minat kunjungan kembali di coffe shop arafah town

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penelitian

Kegiatan penelitian ini sebagai usaha untuk mengetahui secara mendalam dan ingin menambah wawasan mengenai perilaku konsumen dan dunia pemasaran khusus nya mengenai pengaruh suasana café, harga, variasi menu,terhadap minat kunjungan konsumen di coffe shop arafah town. Dengan di dasarkan pada pengetahuan teori yang di peroleh pada bankung kuliah.

2. Bagi Akademik

Dengan penelitian ini penulis berharap akan menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembacanya khusus nya bagaimana pengaruh suasana café, harga, variasi menu terhadap minat kunjungan konsumen di coffe shop arafah town. dan untuk menambah atau melengkapi bahan bacaan di sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci