

BAB I

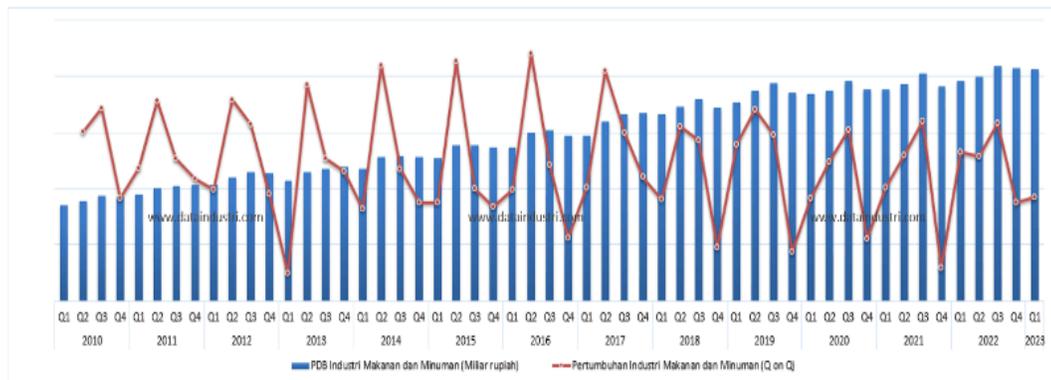
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor kuliner Indonesia semakin berkembang dan terus meningkat hingga saat ini. Kebutuhan akan makanan dan minuman yang terus ada menjadikan industri ini bertahan dan dapat ruang untuk tumbuh. Pertumbuhan ini terlihat dari subsektor makanan dan minuman mampu tumbuh dan membantu industri non migas hingga mencapai 4,88% meskipun terkena dampak pandemi Covid-19. Selain itu, Putu Juli Ardika, Dirjen Industri Agro Kementerian Perindustrian, mengungkapkan PDB industri pengolahan nonmigas dalam kurun waktu triwulan III tahun 2021-2022 ditopang oleh industri makanan dan minuman sebesar 37,82%, sehingga menjadi subsektor dengan kontribusi PDB tertinggi (kemenperin.go.id).

Salah satu jenis bisnis yang ada dalam subsektor makanan dan minuman (food & beverage) adalah industri kafe. Kafe dan restoran merupakan salah satu usaha di industri kuliner yang terus bermunculan. Restoran dan kafe telah mengalami perkembangan dalam jangkauan layanan yang ditawarkan dari waktu ke waktu. Sebelumnya, restoran dan kafe hanya menyediakan makanan dan minuman bagi pelanggan, namun saat ini restoran dan kafe juga membantu memfasilitasi pergeseran gaya hidup dimasyarakat (Syachadi & Widyaastuti, 2021). Mayoritas orang sekarang memilih untuk makan di luar rumah, baik

mereka melakukannya sendiri atau bersama keluarga, teman, atau rekan kerja. Perubahan gaya hidup ini mulai menjadi norma. Perubahan cara hidup ini telah membantu industri jenis kafe di Indonesia berkembang.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan dan Minuman (Restoran, Rumah Makan, dan Sejenisnya, 2011-2023)

Menurut Pusat Data Industri Indonesia, kinerja tahunan sektor industri makanan dan minuman (restoran dan sejenisnya) meningkat sebesar 6,68% hingga triwulan III tahun 2022. Meski mengalami penurunan cukup besar di tahun 2020 akibat kebijakan pengurangan aktivitas masa pandemi Covid 19, kinerja tahunan sektor industri mengalami pertumbuhan yang positif di tahun 2021. Namun, pada kuartal 1 2023, kinerja industri makanan dan minuman per kuartal (q on q) mengalami kontraksi atau penurunan.

Kota Padang merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang merupakan ibukota dari provinsi Sumatera Barat. Saat ini Kota Padang sudah padat oleh penduduk, selain penduduk asli juga banyak pendatang di Kota Padang dengan berbagai tujuan baik untuk pendidikan maupun pekerjaan. Di Kota Padang saat ini sangat mudah untuk menemukan kafe karena sudah sangat menjamur, disetiap titik dan sudut di Kota Padang. Dengan

semakin berkembangnya bisnis dibidang ini menjadikan kafe dan restoran harus mampu bertahan ditengah pesaing yang terus bermunculan. Persaingan yang ketat menjadi tantangan sekaligus ancaman bagi kemampuan pelaku bisnis di industri kafe untuk bertahan dan berkembang di sektor ini. Dengan membawa produk dan strategi ke persaingan pasar yang ada sebagai upaya menghadapi pesaing baru akan terus bermunculan. Pelaku bisnis harus lebih bijak dalam memilih strategi dan lebih berhati-hati dalam mengelola peluang yang ada untuk berkembang dan bertahan dalam industri ini.

Berbagai alasan yang membuat pelanggan tertarik untuk berbelanja dan menikmati kuliner di luar rumah, diantaranya karena untuk mengisi waktu luang menikmati sajian makan dan minum bersama, ada yang mencari tempat bersantai dengan suasana yang modern, tempat yang unik, tempat yang dilengkapi dengan sarana yang edukatif, dan tempat bersantai dengan nuansa alami yang bisa menjadi sarana penghilang stress dan keletihan dari rutinitas sehari-hari, dan tujuan utama dalam rekreasi kuliner adalah orang-orang datang ke objek wisata kuliner tidak hanya untuk makan, tetapi juga untuk menghabiskan waktu mereka dan memperoleh kegembiraan (Febrini et al., (2019). Oleh karena itu, berbagai macam kafe bermunculan dengan konsep-konsep yang unik dan menarik sebagai strategi untuk bertahan dan bersaing dalam industri ini.

Salah satu kafe di kota padang yang memiliki konsep unik dan mengusung tema nuansa alam adalah Kafe Alooha Tropical. Kafe ini mengusung tema tropical paradise yang tergambar dari susana dan menu yang ditawarkan kepada pengunjung. Kafe Alooha Tropical didesain secara elegan dan nyaman untuk memberikan kesan santai dan

menyatu dengan alam. Kafe Alooha Tropical Kelapa Ice Cream Padang merupakan kafe yang berdiri pada tahun 2015 dan merupakan yang pertama di Kota Padang. Kafe Alooha Tropical terletak di Jl. Belanti Raya No. 16 dan juga memiliki outlet lainnya di Jl. Samudera.

Kafe Alooha Tropical menyajikan menu yang terdiri atas varian es krim, makanan dan minuman. Varian es krim di antaranya ialah aloha fruit, aloha original, aloha special, pineapple ice cream dan aloha ice cream dengan pilihan berbagai topping sesuai permintaan pelanggan. Menu makanan yang di tawarkan antara lain ayam guling tropical, Nashville Hot Chicken, ayam senampan, chicken wing, rice bowl, nasi dadar smoke beef, ayam terbang, chicken tender, chicken pop corn, dan burger aloha. Kafe Tropis Aloha adalah tempat yang tepat untuk berkumpul, bertemu orang, dan berbagai kepentingan lainnya.

Bisnis yang ingin berhasil memosisikan merek mereka dan memenangkan pelanggan di industri yang homogen dan informasi digital yang berlebihan saat ini harus beradaptasi dengan keinginan konsumen dan menawarkan pengalaman merek yang berbeda di semua titik kontak (Urdea, 2021). Banyak bisnis dibidang kafe dan restoran yang gagal dikarenakan tidak mampu bersaing dan menyesuaikan terhadap perubahan pasar. Karena banyaknya jenis kafe yang bermunculan, menjadi tantangan bagi manajemen kafe untuk mempertahankan dan menumbuhkan minat beli ulang pelanggan. Minat beli ulang dapat tercapai jika pengunjung merasa puas baik dari kualitas dan layanan yang didapatkan sehingga konsisten ingin kembali berkunjung ke kafe yang bersangkutan (repurchase intention).

Berdasarkan survey awal yang dilakukan peneliti (2022), kafe Aloha Tropical dikunjungi pelanggan karena berbagai alasan. Beberapa faktor tersebut adalah:

Tabel 1.1 Survei Awal

No	Alasan	Jumlah
1.	Penampilan kafe menarik	29 jawaban
2.	pemilihan menu makanan dan minuman yang khas	30 jawaban
3.	Kenyamanan	25 jawaban
3	perlakuan anggota staf dalam hal kesopanan dan keramahan	20 jawaban

Sumber: Data pribadi Peneliti (2023)

Beberapa alasan ini masuk kepada kategori indikator variabel experiential marketing, kualitas layanan dan kepuasan konsumen dan minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical. Terlihat pada tabel di atas, adanya keinginan untuk melakukan minat kembali melakukan pembelian di kafe Alooha Tropical juga didorong oleh kepuasan yang didapatkan konsumen berdasarkan pengalaman yang dirasakan di kafe Alooha tropical. Fenomena dan variabel-variabel yang telah disebutkan membuat menarik untuk dilakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan antara variabel-variabel tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan kafe Alooha Tropical Kelapa Ice Cream Padang.

Selain itu, untuk menumbuhkan minat beli ulang pada konsumen, konsep strategi experiential marketing memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mendapatkan pengalaman tersendiri mengenai produk dan jasa yang diberikan sehingga dapat menarik minat konsumen dan berpotensi untuk melakukan pembelian ulang kedepannya. Dalam penelitian Febrini, Widowati, & Anwar, (2019), menunjukkan bahwa minat beli ulang dipengaruhi oleh experiential marketing. Experiential marketing bertujuan untuk

melibatkan konsumen tentang bagaimana memasukkan pengalaman ke dalam barang atau jasa untuk mendapatkan perasaan yang menyenangkan dari konsumen mengenai barang atau jasa yang disediakan oleh pemilik bisnis.

Kemampuan kafe untuk menyediakan layanan terbaik adalah salah satu daya tarik utamanya. Pelanggan sering memilih menikmati kembali untuk datang ke kafe dengan pelayanan yang baik atau kualitas pelayanan (service quality) yang baik. Hong & Brahmna (2014) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah penilaian kognitif jangka panjang pelanggan tentang bagaimana perusahaan memberikan layanannya. Untuk menyeimbangkan harapan pelanggan, kualitas layanan dapat dipahami sebagai upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dan kualitas sangat erat kaitannya satu sama lain karena kualitas mendorong pelanggan agar terjalin ikatan yang erat dengan kafe yang menawarkan jasanya. Untuk prospek jangka panjang, bentuk hubungan ini memungkinkan manajemen kafe untuk sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Akibatnya, manajemen kafe yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pelanggan yang puas lebih mungkin untuk tetap setia pada kafe dan restoran.

Sangat penting untuk menganalisa pengalaman yang dimiliki pelanggan selama aktivitas konsumsi, mengenali bagaimana konsumen berubah sebagai hasil dari pengalaman mereka, dan mengamati bagaimana preferensi dan perilaku (Syachadi & Widyaastuti., 2021). Salah satu faktor yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian dikemudian hari adalah kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pelanggan Kafe Alooha Tropical)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan kafe Alooha Tropical?
2. Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical?
3. Bagaimana pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan kafe Alooha Tropical?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan kafe Alooha Tropical?
5. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara *experiential marketing* dan minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical?
7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan minat beli ulang pada pelanggan kafe alooha tropical?

1.3 Tujuan Penelitian

Penetapan rumusan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan kafe Alooha Tropical
2. Mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical
3. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical
4. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical
5. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical
6. Mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan sebagai mediasi antara *experiential marketing* dan minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical
7. Mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan sebagai mediasi antara kualitas layanan dan minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian dan penyusunan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Akademis, studi ini diharapkan menjadi sumber dan kemajuan ilmiah bagi orang-orang yang melakukan penelitian tentang experiential marketing, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan dan minat beli ulang, serta mampu mengimplementasikan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan.
2. Manfaat Praktis, diharapkan melalui penelitian ini dapat digunakan oleh bisnis atau pihak lain yang tertarik untuk memahami bagaimana pengaruh *experiential marketing* dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Fokus penelitian ini hanya pada pengunjung kafe Aloha Tropical untuk membatasi pembahasan dan komplikasi dalam analisis masalah. Sedangkan dalam hal ini, peneliti hanya melihat pelanggan yang pernah dan telah melakukan pembelian minimal satu kali di kafe Alooha Tropical. Pembahasan yang dilakukan hanya mengenai *experiential marketing*, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II

: Tinjauan Literatur

Bab ini mencakup Bab ini membahas ide-ide teoretis serta sejumlah studi sebelumnya yang berfungsi sebagai landasan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan klaim yang dibuat sehubungan dengan subjek penelitian.

Landasan teoretis dan penelitian sebelumnya dapat digunakan untuk membuat kerangka penelitian yang akan berfungsi sebagai landasan untuk mengembangkan hipotesis.

BAB III

: Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi, dan sampel penelitian, definisi operasional variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, pengukuran variabel, serta teknik analisis yang digunakan dalam penelitian.

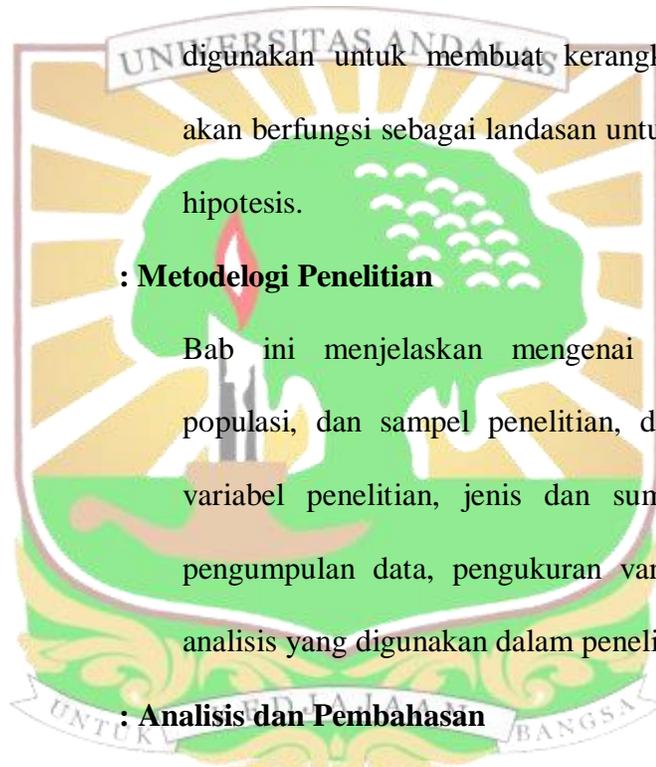
BAB IV

: Analisis dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, analisis yang meliputi pengujian hipotesis dan pembahasannya serta hasil penelitian.

BAB V

: Penutup



Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian bagi pihak yang memiliki kepentingan.

