

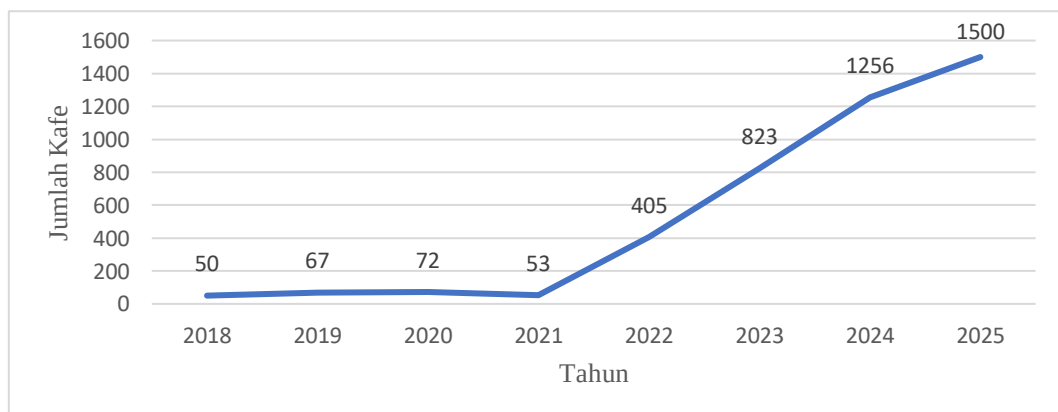
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam sektor kuliner dan tren ini tak hanya terlihat di kota besar tetapi juga di wilayah menengah seperti Tulungagung. Kehadiran *food and beverage* (FnB) kini melebihi fungsinya sebagai tempat makan atau ngopi, melainkan telah menjadi gaya hidup, terutama bagi kaum muda. Di tengah persaingan yang semakin cepat, pelaku usaha kuliner dituntut untuk terus berinovasi agar dapat mengundang dan mempertahankan pelanggan. Kondisi ini mendorong para pelaku bisnis FnB untuk terus berkreasi dalam menghadirkan konsep yang berbeda, baik melalui inovasi menu, penyesuaian harga, maupun penciptaan suasana yang nyaman agar dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang semakin beragam.

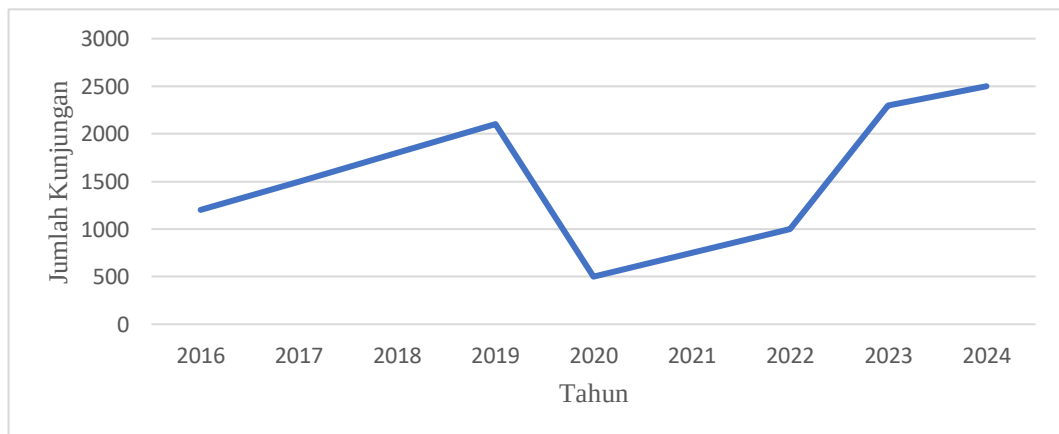
Gambar 1. 1 : Grafik Jumlah Kafe di Kecamatan Tulungagung per Tahun 2025



Sumber : Data Online Single Submission (OSS) Dinas Kebudayaan dan
Pariwisata Kab. Tulungagung.

Jumlah FnB (*food and beverage*) di Tulungagung per tahun 2022 sangat tinggi mencapai angka 405. Kecamatan Tulungagung sebagai kecamatan terbanyak dengan jumlah 84 *food and beverage* (FnB). Warkop Brewok termasuk dalam *food and beverage* (FnB) yang berada di Kecamatan Tulungagung maka dari itu persaingan juga semakin ketat, apalagi dikarenakan variasi menu yang lebih beragam, harga yang bersaing, dan suasana kafe yang lebih kekinian dengan desain interior yang baru. Warkop Brewok juga merupakan salah satu kafe yang lebih dahulu hadir dan menjadi perintis perkembangan FnB di Tulungagung, sebelum munculnya berbagai FnB yang serupa.

Gambar 1. 2 : Grafik Kunjungan Warkop Brewok Tulungagung per Tahun 2025



Sumber : Wawancara Manager Warkop Brewok Tulungagung

Selama kurang lebih sembilan tahun, Warkop Brewok ini berhasil mempertahankan eksistensinya di tengah semakin menjamurnya kafe baru di Tulungagung. Konsistensi tersebut menunjukkan bahwa Warkop Brewok memiliki nilai lebih di mata pelanggannya, baik dari segi identitas maupun pengalaman yang ditawarkan. Namun dengan terus meningkatnya jumlah

kompetitor, Warkop Brewok perlu terus melakukan evaluasi agar tetap diminati oleh konsumen yang terus berubah. Namun dibalik kepopuleran Warkop Brewok, tidak sedikit pelanggan yang membandingkan menu, harga, hingga suasana kafe di Warkop Brewok dengan berbagai kompetitor lain. Hal ini memunculkan pertanyaan penting, apakah jumlah kunjungan tetap banyak karena variasi menu yang beragam, harga yang dianggap *affordable*, atau suasana kafe yang mendukung kenyamanan dan pengalaman pelanggan.

Warkop Brewok memiliki keunggulan dalam hal keberagaman menu yang ditawarkan dibandingkan dengan sejumlah kafe lain di Tulungagung. Salah satu hidangan yang menjadi ciri khas sekaligus pembeda utama adalah kue pancong yang disajikan dengan beragam varian rasa dan topping menarik. Inovasi dalam menu ini tidak hanya menambah variasi pilihan bagi pelanggan, tetapi juga membentuk identitas unik bagi Warkop Brewok. Keunikan inilah yang turut berperan dalam meningkatkan daya tarik kunjungan, khususnya di kalangan anak muda.

Warkop Brewok juga dikenal menawarkan makanan dan minuman dengan harga yang *affordable*, bahkan cenderung lebih murah dibandingkan sejumlah kafe lainnya di Tulungagung. Kebijakan harga yang ekonomis ini menjadi salah satu daya tarik utama, khususnya bagi kalangan pelajar dan mahasiswa. Meski dijual dengan harga terjangkau, sajian yang diberikan tetap memiliki rasa yang enak dan porsi yang memadai. Perpaduan antara biaya yang hemat dan kualitas yang tetap terjaga menjadikan Warkop Brewok sebagai destinasi favorit bagi berbagai lapisan konsumen.

Saat ini konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas rasa makanan, tetapi juga mencari pengalaman menyeluruh yang menyenangkan selama berada di tempat makan. *Food and beverage* (FnB) yang mampu menciptakan suasana yang menarik, nyaman dan sesuai dengan gaya hidup pengunjung cenderung lebih mudah mendapatkan perhatian, terutama dari generasi muda seperti Gen Z. Hal ini menegaskan bahwa faktor emosional dan estetika lingkungan menjadi bagian penting dalam pertimbangan konsumen untuk berkunjung, sehingga menjadikan suasana kafe sebagai elemen yang strategis dalam menarik minat dan membangun loyalitas pelanggan.

Minat kunjung konsumen bukan hanya disebabkan satu faktor saja, melainkan kombinasi dari sejumlah elemen. Di masa sekarang, konsumen relatif lebih selektif untuk memilih FnB yang dikunjungi, apalagi di Tulungagung banyak sekali FnB sangat menjamur. Persaingan yang ketat antar pelaku usaha membuat setiap kafe dituntut untuk memiliki keunggulan yang mampu menarik perhatian pasar. Oleh sebab itu, aspek seperti variasi menu, harga, dan suasana yang nyaman menjadi pertimbangan utama dalam keputusan konsumen untuk berkunjung.

Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian sebelumnya yang telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjung, seperti yang dilakukan oleh Oni Sinambela yang menunjukkan bahwa variasi menu dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.² Namun,

² Oni Sinambela, "Pengaruh Variasi Menu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Warung Mie Ayam Ma'e (Studi Desa Candi Mas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara)" (*IAIN Metro*, 2022).

yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus yang lebih spesifik terhadap aspek minat kunjung konsumen, serta penambahan variabel suasana tempat yang sebelumnya belum banyak dikaji sebagai faktor yang turut memengaruhi keputusan konsumen untuk berkunjung. Sedangkan penelitian oleh Afan Luthfi membahas tentang analisis kepuasan pelanggan tanpa mengaitkannya dengan minat konsumen untuk berkunjung, serta belum menyoroti suasana kafe sebagai faktor penting dalam pengalaman konsumen.³ Demikian masih terdapat perbedaan penelitian yang belum banyak dibahas, terutama terkait pengaruh gabungan antara harga dan suasana kafe terhadap minat kunjung konsumen.

Philip Kotler mengemukakan perilaku konsumen diartikan sebagai suatu pengaruh yang secara langsung terlibat dalam aktivitas pengambilan keputusan untuk membeli atau menggunakan produk maupun layanan.⁴ Umumnya, keputusan konsumen dipengaruhi oleh beragam aspek, baik yang berasal dari dalam diri (internal) maupun dari luar (eksternal). Aspek-aspek tersebut meliputi kebutuhan pribadi, persepsi, pengalaman sebelumnya, hingga kondisi lingkungan sekitar. Demikian, faktor seperti variasi menu, harga yang kompetitif, serta suasana kafe yang mendukung kenyamanan dapat menjadi pendorong utama dalam menarik minat kunjung konsumen untuk datang.

³ Afan Luthfi Ananta, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah" (Universitas PGRI Semarang, 2024).

⁴ Dkk Grace Amalia Tondang, "Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang)," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2023): 15–26.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Suasana Kafe Terhadap Minat Kunjung Konsumen di Warkop Brewok Kampungdalem Tulungagung” yang dapat dijadikan penelitian dengan tujuan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh variasi menu, harga dan suasana kafe terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dalam industri kuliner yang semakin berkembang pesat, pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi agar dapat menarik perhatian konsumen. Salah satu upaya yang umum dilakukan adalah melalui penyajian menu yang beragam, penentuan harga yang sesuai dengan kualitas, serta penciptaan suasana kafe yang nyaman dan menarik. Namun demikian, belum semua usaha kuliner berhasil mengelola ketiga aspek tersebut secara optimal, termasuk di Warkop Brewok Tulungagung, sehingga dapat memengaruhi minat kunjung konsumen.

Permasalahan yang sering muncul adalah apakah variasi menu yang tersedia benar-benar sesuai dengan selera pengunjung, apakah harga yang ditetapkan sudah mencerminkan nilai produk dan layanan yang diterima, serta apakah suasana yang dibangun mampu memberikan pengalaman positif bagi pelanggan. Ketidakseimbangan dalam aspek-aspek tersebut dapat menimbulkan perubahan atau naik-turunnya minat kunjung

konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variasi menu, harga, dan suasana kafe terhadap minat konsumen untuk berkunjung ke Warkop Brewok.

2. Batasan Masalah

Penelitian hanya difokuskan pada Warkop Brewok sebagai lokasi penelitian, tanpa melibatkan kafe atau warkop lain di luar tempat tersebut. Variabel bebas yang dikaji terbatas pada variasi menu, tingkat harga, dan suasana kafe. Sementara itu, variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat konsumen untuk berkunjung. Responden penelitian merupakan pengunjung Warkop Brewok setidaknya sudah pernah berkunjung satu kali.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh variasi menu, harga, dan suasana kafe secara simultan terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung?
2. Bagaimana pengaruh variasi menu terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung?
4. Bagaimana pengaruh suasana kafe terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh variasi menu, harga, dan suasana kafe secara simultan terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh variasi menu terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh suasana kafe terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang di harapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan ilmiah tentang pengaruh variasi menu, harga, suasana kafe terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi bagi penelitian selanjutnya dan memperkuat pemahaman akademik tentang pentingnya aspek variasi menu, harga, dan suasana kafe terhadap minat kunjung konsumen.

2. Secara Praktis

a. Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian yang ingin meneliti hubungan antara variasi menu, harga, dan

suasana kafe dan minat kunjung konsumen. Hasil dari itu dapat memberikan landasan empiris bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut, baik dengan memperdalam variabel yang telah diteliti maupun dengan menguji pengaruh faktor lain dalam berbagai situasi. Selain itu, penelitian ini memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian komparatif pada sektor atau perusahaan lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman ilmiah tentang perilaku konsumen.

b. Manfaat Bagi Warkop Brewok

Penelitian ini bermanfaat bagi Warkop Brewok karena membantu membuat pengembangan dan evaluasi bisnis.

c. Manfaat Bagi Akademik

Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur dan teori kebutuhan, khususnya mengenai pengaruh variasi menu, harga, dan suasana kafe terhadap minat kunjung konsumen. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk memahami lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung konsumen di warkop maupun kafe.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada pengaruh variasi menu, harga, dan suasana kafe terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya variasi menu, harga, dan suasana kafe terhadap minat kunjung konsumen di Warkop Brewok Tulungagung.

Aspek yang akan diteliti yaitu variasi menu, harga dan suasana kafe terhadap minat kunjung konsumen. Penelitian ini juga akan mengevaluasi Warkop Brewok Tulungagung dalam mengaplikasikan manajemen pemasaran.

G. Penegasan Variabel

1. Penegasan Konseptual

a. Variasi Menu

Variasi menu merujuk pada beragam pilihan hidangan yang ditawarkan oleh pelaku usaha kuliner, yang dapat dibedakan berdasarkan bahan dasar, resep yang digunakan, teknik pengolahan, hingga jenis sajian yang disediakan. Keanekaragaman menu ini memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memenuhi berbagai keinginan mereka secara bersamaan dalam satu tempat.⁵

Pemilik usaha kuliner sering memanfaatkan variasi menu sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen, terutama dalam menghadapi persaingan bisnis dengan pelaku usaha sejenis. Pendekatan ini juga menjadi strategi untuk membangun loyalitas pelanggan, karena dengan menyediakan berbagai pilihan dalam satu tempat, konsumen merasa lebih puas dan cenderung tetap setia tanpa perlu mencari alternatif di tempat lain.

⁵ Silvi Maria Pasaribu, "Pengaruh Variasi Menu Dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Pada Pelanggan Cafe Alas Hills Kutacane" (2024).

b. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk beserta layanan yang menyertainya. Dalam beberapa situasi, harga juga dapat mencakup tambahan produk sebagai bagian dari nilai yang ditawarkan. Dengan kata lain, harga mencerminkan nilai tukar antara konsumen dan penyedia jasa atau produk, di mana konsumen menerima kombinasi barang dan layanan sebagai imbalan dari pengeluaran yang dilakukan.

c. Suasana Kafe

Menurut Utami, suasana atau atmosfer merupakan rancangan lingkungan yang diwujudkan melalui elemen-elemen seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, aroma, dan musik, yang bertujuan membangkitkan respon emosional serta membentuk persepsi konsumen dalam menentukan pilihan tempat.⁶ Kafe merupakan bentuk usaha komersial di sektor makanan dan minuman yang menyajikan hidangan atau camilan kepada pelanggan dengan suasana santai dan informal, tanpa menerapkan standar layanan yang kaku seperti yang biasa ditemukan di ruang makan eksklusif.⁷

⁶ Christina Widhya Utami, *Manajemen Ritel : Strategi Dan Implementasi Ritel Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2006).

⁷ Grace Amalia Tondang, "Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang), *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2023."

Dengan menciptakan atmosfer yang nyaman, menarik, dan sesuai dengan preferensi target pasar, sebuah kafe dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Kepuasan ini pada akhirnya dapat mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan, yang berperan penting dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis. Selain itu, suasana yang dirancang dengan baik juga dapat mendukung peningkatan profitabilitas, karena pelanggan cenderung akan kembali dan bahkan merekomendasikan kafe tersebut kepada orang lain.

d. Minat Kunjung Konsumen

Minat berkunjung merupakan suatu dorongan atau keinginan dalam diri individu untuk mendatangi suatu lokasi tertentu, yang terbentuk dari pengalaman pribadi di masa lalu maupun pengaruh dari saran atau rekomendasi pihak lain. Minat ini mencerminkan adanya ketertarikan terhadap suatu tempat yang dianggap menarik atau memberikan pengalaman yang menyenangkan. Faktor seperti promosi, citra positif tempat tersebut, serta ulasan dari orang-orang di sekitar juga turut memperkuat niat seseorang untuk berkunjung. Semakin kuat kesan positif yang diterima, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut mewujudkan keinginannya untuk datang.

3. Penegasan Operasional

a. Variasi Menu

Variasi menu adalah keberagaman pilihan makanan dan minuman yang disediakan oleh Warkop Brewok, baik dari segi jenis, bahan, cita rasa, maupun cara penyajian, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen yang beragam.

Indikator:

1. Jumlah atau banyaknya pilihan menu
2. Keunikan dan kekhasan menu
3. Kesesuaian menu dengan selera pelanggan
4. Frekuensi pembaruan atau inovasi menu

b. Harga

Harga adalah persepsi konsumen terhadap jumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh makanan dan minuman di Warkop Brewok, yang dinilai berdasarkan kesesuaian antara kualitas dan nilai yang diterima.

Indikator:

1. Keterjangkauan harga oleh konsumen
2. Kesesuaian antara harga dan kualitas produk
3. Kepuasan terhadap harga yang ditetapkan
4. Perbandingan harga dengan tempat lain

c. Suasana Kafe

Suasana kafe merupakan keseluruhan pengalaman fisik dan emosional yang dirasakan konsumen saat berada di Warkop Brewok, yang meliputi aspek visual, kenyamanan, dan kondisi lingkungan yang mendukung.

Indikator:

1. Desain interior dan pencahayaan
 2. Tata letak ruangan yang nyaman
 3. Kebersihan lingkungan kafe
 4. Musik atau suara latar yang mendukung
 5. Kenyamanan tempat secara keseluruhan
- d. Minat Kunjung

Minat kunjung konsumen adalah kecenderungan atau keinginan seseorang untuk datang dan kembali mengunjungi Warkop Brewok, serta kemauan untuk merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Indikator:

1. Keinginan untuk berkunjung kembali
2. Frekuensi berkunjung secara rutin
3. Rekomendasi kepada orang lain
4. Ketertarikan terhadap suasana dan produk yang ditawarkan.

H. Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan untuk penelitian ini :

BAB I. Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, penegasan istilah, dan sistematika penelitian.

BAB II. Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan setiap variabel, mulai dari definisi, jenis, faktor, dan aspek. Selain itu menguraikan penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

BAB III. Metode Penelitian

Bab ini menguraikan desain penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji keabsahan temuan, dan prosedur penelitian.

BAB IV. Hasil Penelitian

Bab ini berisi deskripsi data setiap variable dan pengujian hipotesis penelitian.

BAB V. Pembahasan

Bab ini berisi penjelasan mengenai temuan penelitian dan perbandingan dengan teori dan penelitian terdahulu.

BAB VI. Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.