

**PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
PADA SISI SUNGAI CAFE KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (S.M) Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

DIAH AYU SURATMI

NPM. 2012010354

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2024

Skripsi oleh :

DIAH AYU SURATMI

NPM 2012010354

Judul :

**PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA SISI
SUNGAI CAFE KEDIRI**

Telah Disetujui Untuk Diajukan
Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 24 Juni 2024

Dosen Pembimbing I



Dr. Ismayantika Dyah P., M.B.A

NIDN. 0706108902

Dosen Pembimbing II



Dyah Ayu Paramitha, M.Ak

NIDN. 0728068702

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Oleh

DIAH AYU SURATMI

NPM: 2012010354

Judul:

**PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN VARIAN PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA
SISI SUNGAI CAFÉ KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal : Kamis, 11 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Ismayantika Dyah Puspasari., M.B.A
2. Penguji I : Dr. Samari., M.M
3. Penguji II : Dyah Ayu Paramitha., M.Ak



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Diah Ayu Suratmi
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tgl. Lahir : Kediri, 3 April 2001
NPM : 2012010354
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 11 Juli 2024

Yang Menyatakan



Diah Ayu Suratmi

NPM. 2012010354

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

In the Name Of Jesus Christ

“Dan apa saja yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan, kamu akan menerimannya”

Matius 21:22

“Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu”

2 Tawarikh 15:7

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk menjadi hebat”

Abraham Lincoln

“Seberat apapun masalah dan sebanyak apapun musibah yang aku lalui doa ibu dan ayahku seluas langit, dan aku berteduh dibawahnya”

Penulis

PERSEMBAHAN

“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucap syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, saya mempersembahkan skripsi ini kepada orang tua, kakakku, keluarga, dan teman-teman yang sudah memberikan dukungan kepada saya untuk bisa menyelesaikan skripsi ini”

Abstrak

Diah Ayu Suratmi : Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Sisi Sungai Cafe Kediri., Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024

Kata Kunci : Harga, Fasilitas, Variasi Produk, Minat Beli Ulang, Konsumen

Peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, fasilitas, serta variasi produk terhadap minat beli ulang konsumen pada Sisi Sungai Cafe di Kediri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik penelitiannya berupa teknik penelitian asosiatif kasual. Subjek penelitian pada penelitian ini merupakan konsumen yang berkunjung di Sisi Sungai Cafe Kediri. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang berupa kuisioner, teknik pengukuran jawaban dan wawancara. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel independen dan dependen. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (adjusted R²), dan uji hipotesis. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti, didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan antara variabel harga, fasilitas, dan variasi produk terhadap minat beli ulang konsumen pada Sisi Sungai Cafe Kediri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia yang dilimpahkanNya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dan diselesaikan tepat waktu. Skripsi dengan judul “ Pengaruh Harga, Fasilitas dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Sisi Sungai Cafe Kediri” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dalam penyusunan Skripsi ini, kelancaran dan keberhasilan tidak luput dari bantuan semua orang. Oleh karena itu, penulis pada kesempatan ini menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Tuhan YME atas segala limpahan berkat dan karunia-Nya.
2. Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan motivasi kepada seluruh mahasiswa.
3. Dr. Amin Tohari, M.SI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Seluruh dosen yang pernah mengajar saya selama menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
6. Dr. Ismayantika Dyah P., M.A.B selaku dosen pembimbing satu dan Dyah Ayu Paramitha, M.Ak selaku dosen pembimbing dua yang sabar dalam memberikan nasehat dan arahan tentang pengerjaan skripsi ini.

7. Kedua Orang Tua saya Ibu Marmi dan Bapak Mustiono orang tua hebat yang selalu menjadi penyemangat saya dan menjadi sandaran terkuat saya ketika menghadapi kerasnya dunia, terimakasih atas doa yang tidak ada hentinya dan dukungan penuh kepada saya setiap harinya.
8. Kedua Kakak perempuan saya Sri Muji dan Endah Mardiyana, yang selalu memberikan nasehat baik dan tentunya doa juga dan motivasi.
9. Dhe Yayuk dan Dhe Miah yang tidak pernah lupa mendoakan untuk kelancaran skripsi saya.
10. Ponakan saya Salmanita Anggun dan Krisna Ari, yang membuat saya tersenyum dengan tingkah lucunya, ketika saya sedang down.
11. Sahabat sahabat saya Gwenchana *Family* dan Badrus *Family*, ada Retno, Dinda, Rizka, Lala, Rofi, Haris, Danang yang selalu mensupport penuh dan mendukung saya ketika menyelesaikan skripsi.
12. YTTA *Family*, Sabrina, Sarlita teman seperjuangan, sekelas, dan sebimbingan terimakasih atas kerjasama, dukungan dan bantuannya.
13. KTB *Family*, sahabat-sahabat saya Claren, Mathilda dan Mbak Cindi, yang sudah mendukung dan membantu dalam pengerjaan Skripsi saya.
14. Seluruh Keluarga besar Mbah Tompo, yang ada di luar kota yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-satu, terimakasih sudah mensupport saya walaupun jauh tetapi dukungan terus mengalir terus-menerus, dan membuat saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
15. Terakhir terimakasih kepada diri sendiri, Diah. Terimakasih telah berhasil berjuang melewati semua rintangan yang tidak mudah ini,

walaupun kadang dibersamai dengan tangisan tetapi dengan tangisan itu semakin menambah motivasi. Selesainya skripsi ini adalah bukti bahwa kamu bisa, maka dari itu teruslah berjuang sampai kamu menemukan titik lelahmu.

Semoga Tuhan YME, melimpahkan berkat dan rahmat-Nya serta membalas kebaikan kepada semua orang yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan yang belum sampai ke titik kesempurnaan. Oleh sebab itu kritik dan saran sangat diharapkan oleh penulis, mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi semua orang.

Kediri, 6 Juli 2024

Peneliti



Diah Ayu Suratmi

NPM. 2012010354

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
A. Kajian Teori.....	11
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Berfikir.....	37

D. Kerangka Konseptual.....	40
E. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Variabel Penelitian.....	42
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	45
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
D. Populasi dan Sampel.....	48
E. Instrumen Penelitian.....	50
1. Pengembangan Instrumen.....	50
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	53
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	55
G. Teknik Analisis Data.....	57
1. Uji Asumsi Klasik.....	57
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	60
4. Uji Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	63
B. Deskripsi Data Variabel.....	65
C. Analisis Data.....	79
1. Uji Asumsi Klasik.....	79
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
3. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	88

D. Hipotesis.....	89
1. Uji t-test (Uji Parsial).....	89
2. Uji F-test (Uji Simultan).....	91
E. Pembahasan.....	91
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	89
A. Simpulan.....	89
B. Implikasi.....	89
C. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 : Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
3.1 : Variabel Harga.....	43
3.2 : Variabel Fasilitas.....	44
3.3 : Variabel Variasi Produk.....	45
3.4 : Minat Beli Ulang.....	45
3.5 : Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	51
3.6 : Hasil Uji Validitas Intrumen Penelitian.....	53
3.7 : Hasil Pengujian Reliabilitas.....	55
4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.3 : Deskripsi Data Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	66
4.4 : Deskripsi Data Variabel Harga (X1).....	69
4.5 : Deskripsi Data Variabel Fasilitas (X2).....	72
4.6 : Deskripsi Data Variabel Variasi Produk (X3).....	76
4.7 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
4.8 : Hasil Uji Autokorelasi.....	85
4.9 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
4.10 : Hasil <i>Adjusted R</i> ²	89
4.11 : Hasil Uji-t.....	90
4.12 : Hasil Uji-F.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 : Kerangka Konseptual Penelitian.....	40
3.1 : Lokasi Penelitian.....	47
3.2 : Sample Size Calculator.....	49
4.1 : Hasil Uji Normal Probability Plots.....	81
4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Grafik Scatterplots.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1	:	Kuisisioner Penelitian.....	97
2	:	Tabulasi data.....	101
3	:	Hasil Pengujian Validitas.....	113
4	:	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	114
5	:	Karakteristik Responden.....	114
6	:	Hasil Analisis Deskripsi Variabel.....	115
7	:	Output Analisis Data SPSS.....	116
8	:	Surat Ijin Penelitian.....	121
9	:	Surat Balasan Penelitian.....	122
10	:	Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	122

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era modernisasi saat ini, Negara Indonesia yang saat ini perkembangan ekonominya sangat pesat dalam segala hal , tidak terkecuali dalam hal bisnis. Banyaknya pedagangan yang dialami Indonesia selama beberapa tahun ini menyebabkan banyaknya pengusaha asing yang mendirikan perusahaan lalu berkembang di Indonesia. Pertumbuhan perusahaan ini mengakibatkan ketidakmandirian dan juga memperbanyak kompetisi di antara perusahaan, baik perusahaan luar negeri maupun dalam negeri tidak terkecuali juga dalam bisnis cafe. Melihat dari kondisi ini tentunya banyak pelaku bisnis memutar otaknya agar strategi pemasaran yang mereka buat mampu mempengaruhi kelancaran bisnis mereka dan mampu bersaing dalam pasar bisnis di Indonesia. Strategi pemasaran tentu saja sangat penting dalam hal berbisnis ,dengan strategi pemasaran yang tepat mampu membuat pelaku bisnis bisa dengan pas memberikan informasi dalam memasarkan produk mereka , mengingat orientasinya sebagai salah satu tolak ukur keberhasilan bisnis. Semua pelaku usaha terutama di bagian bisnis harus selalu terkini dan jangan ketinggalan jaman untuk mengikuti setiap perubahan yang ada pada saat ini. Semakin berkembangnya jaman dan gaya hidup masyarakat dan banyaknya kebutuhan konsumen untuk sesuatu kemauan menjadikan pelaku bisnis cafe semakin banyak untuk ikut serta memenuhi kebutuhan masyarakat, cafe merupakan tempat usaha atau tempat yang

mengutamakan penawaran kopi dan minuman terkait kopi, dan mungkin juga menyediakan camilan, dalam suasana yang tenang yang memungkinkan pelanggan duduk, bersantai, bekerja, atau berinteraksi sosial. Tempat ini sering menjadi pilihan populer untuk bertemu teman, bekerja dengan perangkat laptop, membaca, atau bahkan hanya menikmati secangkir kopi kesukaan. Cafe saat ini menjadi budaya yang harus dilakukan terutama di kalangan remaja untuk sekedar mengikuti perkembangan jaman, oleh karena itu, pengelola cafe hendaknya mengembangkan inovasi-inovasi baru sejalan dengan perkembangan saat ini dan memperhatikan aspek- aspek terkait harga, fasilitas dan varian produk yang beragam untuk ditawarkan pada konsumen. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya kafe yang bersaing dalam harga, fasilitas dan varian produk .Ini dikemas menjadi fitur cafe untuk mempertahankan minat pelanggan tetap dan memungkinkan menarik konsumen baru. Cafe, sebagai bentuk bisnis di sektor jasa, tidak hanya bergantung pada kualitas produk yang disajikan, melainkan juga pada kemampuannya untuk mempertahankan minat beli ulang konsumen. Keberlanjutan usaha cafe secara keseluruhan menjadi sangat bergantung pada bagaimana cafe tersebut mampu menjaga dan meningkatkan minat beli ulang konsumen. Dalam konteks ini, tantangan utama bagi pemilik cafe adalah menjaga dan meningkatkan minat beli ulang konsumen, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri ini (Yosua & Sinambela, 2019). Pentingnya Minat beli ulang konsumen yang tinggi terjadi ketika suatu perusahaan mempunyai fasilitas, varian produk bagus dan harga yang bagus,

serta konsumen mempunyai keinginan dalam melakukan pembelian kembali produk yang ditawarkan pelaku usaha tersebut. Jika suatu pelaku usaha menginvestasikan sebagian besar keuntungannya, aspek ini secara langsung menentukan perkembangan usaha dan memiliki peran signifikan dalam membentuk minat beli ulang. Konsumen cenderung mempertimbangkan nilai yang diberikan oleh produk atau layanan terhadap harga yang dibayarkan (Agustina et al., 2019). Di sisi lain, fasilitas yang disediakan oleh sebuah cafe, seperti kenyamanan tempat, kecepatan pelayanan, dan suasana yang ramah, dapat menjadi penentu utama dalam menciptakan pengalaman yang positif bagi konsumen. Sementara itu, variasi produk menjadi elemen penting yang memenuhi kebutuhan diversifikasi konsumen dan mendorong mereka untuk kembali mencoba menu-menu baru.

Dalam meneliti aspek-aspek yang mempengaruhi minat beli ulang di kafe, perhatian kami tertuju pada peran harga. Harga bukan sekadar angka, tetapi merupakan komponen ekonomi yang memberikan makna mendalam pada pengalaman konsumen. Di dalam dunia kafe, harga mencerminkan nilai dari produk atau layanan, serta membentuk persepsi konsumen terhadap fasilitas dan kepuasan yang diperoleh (Aprileny et al., 2021). Jika ada produk yang belum memenuhi standar nilai positif konsumen, konsumen biasanya akan memberikan nilai negatif (Purnomo H, Samari, 2022). Oleh karena itu, menjelajahi dampak harga terhadap minat beli ulang menjadi esensial, begitu juga dengan pemahaman bagaimana strategi penetapan harga dapat menciptakan nilai tambah bagi konsumen secara lebih luas.

Selain harga Fasilitas juga sangat penting untuk membuat minat pembelian ulang konsumen meningkat dikarenakan dengan fasilitas yang memadai bisa menjawab kebutuhan pelanggan untuk mendapatkan kenyamanan dan kepuasan, Dengan mengelola fasilitas secara efektif, pemilik kafe dapat memperkuat hubungan dengan konsumen, mendorong mereka untuk kembali dan mengulang pengalaman menyenangkan (Ningsih & Amirulmukminin, 2020).

Variasi produk juga penting dalam memikat konsumen untuk mengulangi pembelian ulang, variasi produk mengacu pada merek atau lini produk yang bisa dikhususkan oleh ukuran, mutu, penampilan, atau fitur khusus. Bersumber dari pengertian para ahli, adanya kesimpulan bahwa variasi produk ialah strategi bisnis untuk memperbanyak variasi produk agar menjamin konsumen mendapatkan produk yang didambakan dan dibutuhkan. Variasi produk ialah hal yang perlu dihiraukan oleh pelaku bisnis guna memajukan kinerja produknya (Lestari & Novitaningtyas, 2021). Dengan merinci bagaimana inovasi dalam menu dan variasi produk dapat menjadi kunci dalam meningkatkan minat beli ulang, kita dapat memahami peran kreativitas menu dalam meningkatkan citra baik kafe di pikiran konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat beberapa temuan yang relevan terkait aspek-aspek yang bisa mempengaruhi keinginan pelanggan untuk membeli lagi produk di industri kafe. (Fatmalawati & Andriana, 2021) menemukan bahwa Harga secara parsial berdampak negatif juga tidak signifikan terhadap minat membeli ulang variabel kualitas produk secara

parsial berpengaruh signifikan pada minat membeli ulang dan merupakan variabel yang paling kuat atau dominan. Selanjutnya, (Lestari & Novitaningtyas, 2021) menegaskan bahwa variasi produk ada pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, meskipun variabel kualitas pelayanan belum signifikan secara langsung namun tetap berperan dalam meningkatkan minat beli ulang dengan peningkatan layanan berbasis protokol kesehatan. Pada penelitian yang dilakukan (Belakang, 2019) Variabel kualitas produk ada pengaruh positif dan signifikan pada minat beli ulang, variabel fasilitas ada pengaruh positif dan signifikan pada minat beli ulang, secara simultan variabel kualitas produk, fasilitas dan kepercayaan ada pengaruh positif juga signifikan pada minat beli ulang. Meskipun ketiganya telah memberikan wawasan berharga, penelitian ini akan mengeksplorasi gap dalam pemahaman tentang pengaruh variabel harga, fasilitas, dan variasi produk pada minat pembelian ulang konsumen di Sisi Sungai Cafe Kediri. Dengan merinci faktor-faktor ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi tambahan untuk memahami dinamika keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan dalam konteks usaha kafe.

Sisi Sungai Cafe di Kediri, sebagai objek penelitian, mencirikan keberagaman dan daya tarik yang unik dalam industri kafe. Dengan suasana yang santai dan berlokasi strategis di pinggiran sawah dan juga jalan raya, cafe ini menawarkan pengalaman kuliner yang menyatu dengan pesona alam. Sebagai tempat pertemuan sosial dan pilihan untuk bersantai, Sisi Sungai Cafe Kediri telah menjadi destinasi yang diminati oleh berbagai kalangan

konsumen. Dalam konteks ini, penting agar paham aspek-aspek yang berpengaruh kepada minat pembelian ulang konsumen, terutama dalam aspek harga, fasilitas, dan variasi produk.

Harga di Sisi Sungai Cafe Kediri bukan hanya sekadar angka di menu, melainkan cerminan nilai yang diberikan kepada konsumen. Keberlanjutan usaha cafe ini sejalan dengan kemampuannya untuk mempertahankan harga yang bersaing tanpa mengorbankan kualitas. Dalam konteks harga, pertimbangan konsumen tidak hanya sebatas nilai finansial, tetapi juga bagaimana harga tersebut menciptakan persepsi nilai tambah terhadap pengalaman bersantai di tepi sungai.

Selain itu, fasilitas di Sisi Sungai Cafe Kediri menawarkan lebih dari sekadar tempat duduk yang nyaman. Dengan atmosfer yang menenangkan, pelayanan yang efisien, dan ruang terbuka yang menyatu dengan alam sekitar, serta fasilitas yang terbilang lengkap untuk sebuah cafe, cafe ini memberikan pengalaman yang melebihi sekadar menikmati hidangan. Bagaimana fasilitas ini memengaruhi minat beli ulang konsumen menjadi esensi dari penelitian ini. Kecepatan pelayanan, kenyamanan tempat, dan suasana yang bersahabat diharapkan menjadi aspek utama untuk menjalin ikatan dalam jangka waktu yang lama dengan konsumen.

Tidak ketinggalan, variasi produk di Sisi Sungai Cafe Kediri menjadi daya tarik utama bagi konsumen yang mencari pengalaman kuliner yang berbeda. Dalam dunia kafe, variasi menu bukan hanya tentang menawarkan pilihan lebih banyak, tetapi juga menciptakan inovasi yang mampu memikat

konsumen untuk kembali mencoba menu baru. Bagaimana inovasi dalam menu dapat menciptakan keunikan dan meningkatkan minat beli ulang akan menjadi fokus dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas yang dilakukan peneliti, peneliti ingin mengetahui dan menganalisis sejauh mana pengaruh harga, fasilitas dan variasi produk pada Sisi Sungai Cafe terhadap minat beli ulang konsumennya. Alasan peneliti memilih 3 variabel itu karena harga, fasilitas dan variasi produk merupakan faktor penting dalam mempengaruhi minat pembelian ulang. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA SISI SUNGAI CAFE KEDIRI”**

B. Identifikasi Masalah

1. Penelitian terdahulu telah menyatakan kalau harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan, padahal harga merupakan faktor utama untuk mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Namun, masih terdapat kekosongan informasi mengenai bagaimana penentuan harga di Sisi Sungai Cafe Kediri memengaruhi persepsi nilai tambah dan kepuasan konsumen. Gap ini perlu diisi untuk memahami lebih dalam sejauh mana harga di cafe ini memainkan peran dalam membentuk minat beli ulang.
2. Terdahulu, telah diungkap bahwa fasilitas seperti kecepatan pelayanan, kenyamanan tempat, dan suasana yang bersahabat memengaruhi minat beli

ulang konsumen. Namun, gap informasi terletak pada bagaimana pengelolaan fasilitas di Sisi Sungai Cafe Kediri secara spesifik dapat meningkatkan minat beli ulang. Perlu diteliti sejauh mana elemen-elemen fasilitas ini memberikan pengalaman positif dan berkontribusi pada keputusan konsumen untuk kembali.

3. Variasi produk di kafe diidentifikasi sebagai faktor penting dalam menarik konsumen untuk kembali mencoba menu baru. Namun, penelitian terdahulu belum merinci bagaimana variasi produk, inovasi menu, dan keunikan dalam penawaran dapat memengaruhi minat beli ulang. Pada dasarnya, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengisi gap ini dan memahami peran X3 dalam konteks Sisi Sungai Cafe Kediri.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dan terlalu luas jangkauannya dari rumusan masalah, maka diperlukan batasan masalah penelitian. Adapun batasan- batasan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada Konsumen Sisi Sungai Cafe Kediri
2. Penelitian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana Harga, Fasilitas dan Variasi produk mempengaruhi minat beli ulang konsumen Sisi Sungai Cafe Kediri
3. Penelitian dilakukan pada tahun 2024

D. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada Sisi Sungai Cafe Kediri ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada Sisi Sungai Cafe Kediri ?
3. Apakah variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada Sisi Sungai Cafe Kediri ?
4. Pada Variabel harga, fasilitas dan variasi produk lebih berpengaruh manakah terhadap minat beli ulang konsumen Sisi Sungai Cafe Kediri ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli ulang konsumen pada Sisi Sungai Cafe Kediri.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang konsumen pada Sisi Sungai Cafe Kediri
4. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel mana yang berpengaruh lebih besar terhadap minat beli ulang konsumen pada Sisi Sungai Cafe Kediri.

F. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat bagi beberapa pihak antara lain :

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat dalam mempelajari perilaku konsumen dan memahami preferensi pembelian terkait harga, fasilitas dan variasi produk, sebagai referensi penelitian yang cocok untuk peneliti berikutnya.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangan pikiran bagi perusahaan yaitu Sisi Sungai Cafe untuk mengetahui aspek - aspek apa saja yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen pada Sisi Sungai Cafe Kediri.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memudahkan peneliti dan memberikan bukti empiris dalam menjelaskan proses-proses yang harus diikuti konsumen untuk meningkatkan minat pembelian ulang.

b. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil Hasil penelitian ini diinginkan bisa memberikan pemikiran positif pada kemajuan pendidikan khususnya pada ilmu manajemen serta wawasan yang dapat meningkatkan dan mendalami pada bidang manajemen serta bisa memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), 38–49.
- Amstrong, K. dan. (2016). *Principles of Marketing*. 78.
- Aprileny, I., Saputri, S., & Emarawati, J. A. (2021). STEI Jakarta 1,2 Universitas Persada Indonesia (UPI) YAI 3 Jalan Kayu Jati Raya no. 11A, STEI 1,2. *JakPus 3 IKRAITH-EKONOMIKA*, 3(74), 163.
- Belakang, A. L. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas...*, Eko Marwanto, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP, 2019. 1–5.
- Damanik, B. E. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Belajar. *Publikasi Pendidikan*, 9(1), 46.
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. (2019). *Pemasaran (dasar dan konsep)*.
- Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. dan Andita Dwi Palupiningtyas, S. E. (2022). *KONTROL PERILAKU UNTUK MEMBELI ULANG KOSMETIK HALAL PERSPEKTIF THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*. 8.
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*□□□□.
- Fandy Tjiptono, P. D. (2019). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1),
- Hasan, A. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga. Terhadap*

Minat Beli Pakaian.

- Ii, B. A. B., & Produk, A. V. (2021). *Ichsannudin dan Hery Purnomo, Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merk (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021), 143. 16. 16–30.*
- Jumarodin, J., Sutanto, A., & Adhilla, F. (2019). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Bedukmutu Di Umy. *Jurnal Manajemen Bisnis, 10(1)*, 102–119. <https://doi.org/10.18196/mb.10171>
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran.*
- Kotler, P. (2019). M. P. E. M. J. P. (2019). *Manajemen Pemasaran.* 45.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2(3)*, 150–159.
- Manurung, R. N., & Hadian, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee. *Bisnis Mahasiswa, 215–224.*
- Mariasinta, M. (2019). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9)*, 1689–1699.
- Mulyadi, & Gultom, A. W. (2022). *Pengaruh Variasi Produk Dan Sistem Pembayaran Terhadap Pendapatan Usaha Panglong Kayu Di Kecamatan Muaradua.* 202–212.
<https://www.journal.unbara.ac.id/index.php/JMBU/article/view/1926>

- Munte Sirmas, F., & Polewangi Daeng, Y. (2022). Pengaruh Harga , Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan Cap Rumah Adat Minang Medan. *Ilmiah Teknik Mesin Dan Industri (JITMI)*, 1(1), 53–68.
- Nadianingrum, N. W. dan A. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara.*
- Ningsih, M., & Amirulmukminin, A. (2020). Pengaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(3), 280–285.
- Nirwana. (2014). *Pemasara Jasa.* alfa.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; alih bahasa, B. M. (2014). *Manajemen pemasaran* (Ed. 12, ce). jakarta.
- Prabowo, S. A. (2018). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(7), 155–126.
- Prathama, F., & Sahetapy, L. (2019). 16. F Pratama. *Agora, Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1).
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif.* ALFABETA BANDUNG.
- Purnomo, H., & Ichsanudin. (2021). *Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek.* 235.

- Purnomo H, S. (2022). Brand Perception Pada Purchase Decision Melintasi Purchase Interest Produk RTD Teh Merek Pucuk Harum Di Masyarakat Kota Kediri. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April).
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 32–38.
- Saraswati, K. D., Sanjaya, P. K., & Trarintya, M. A. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Widya Amrita*, 1(2), 431–442.
- Tjipyono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung
- Yanti Febrini, I. (2019). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54.
- Yosua, R., & Sinambela, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 231–240.
- Yuriansyah, A. L. (2014). Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*,