

KEPUTUSAN KAWULA MUDA (USIA REMAJA) DALAM MEMILIH KULINER DI KAFE KOTA GORONTALO

Desi Frisciila Abdjul¹⁾, Krishna Anugrah²⁾, Yumanraya Noho³⁾

^{1,2} Program Studi Pariwisata, Sekolah Vokasi UNG

Email: friscilaamelia@gmail.com¹⁾

Asal Negara: Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan kawula muda dalam memilih kafe di Kota Gorontalo. Penelitian dilakukan pada lima kafe, yaitu Kalimadu Coffee, Syndrome Coffee & Eatery, TDT Coffee Roaster, Kopilabs, dan Justmine, dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini merumuskan masalah yakni tentang bagaimana Keputusan Kawula Muda (usia remaja) Dalam Memilih Kuliner Di Kafe Kota Gorontalo, Apakah kawula muda menunjukkan bahwa keputusan kawula muda dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu: kualitas produk (makanan dan minuman), suasana dan desain interior, harga dan keterjangkauan, fasilitas pendukung, serta lokasi dan aksesibilitas. Kualitas layanan dan suasana yang nyaman menjadi prioritas bagi konsumen. Selain itu, harga yang terjangkau dan inovasi dalam menu juga memainkan peran penting dalam menarik minat kawula muda. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif yaitu gambaran atau deskripsi dari lokasi penelitian, prosedur pengumpulan data melalui observasi lapangan secara langsung, dokumentasi, wawancara dari para responden.

Kata kunci: Kawula Muda; Kafe; Kuliner

ABSTRACT

Cafés have become popular spots for young people to gather, socialize, and express their lifestyles. Therefore, this study aims to analyze the factors influencing young people's decisions in selecting cafés in Gorontalo City. This research was conducted using a descriptive qualitative method at five cafés, Kalimadu Coffee, Syndrome Coffee & Eatery, TDT Coffee Roaster, Kopilabs, and Justmine. The study findings indicate that young people's decisions are influenced by several key factors, including product quality (food and beverages), ambiance and interior design, price and affordability, supporting facilities, as well as location and accessibility. Service quality and a comfortable atmosphere are top priorities for young people as consumers. Additionally, affordable pricing and menu innovation significantly attract young people's interest. This study recommends that café managers improve product quality, create attractive designs, offer competitive pricing, provide adequate facilities, and select strategic locations to enhance their cafés' appeal. The findings are expected to guide the culinary industry, particularly cafés in Gorontalo City, to improve customer satisfaction and competitiveness. The study employs a descriptive qualitative method, which includes descriptions of the study locations and the data collection procedures through direct field observations, documentation, and interviews with respondents.

Keywords: Young People; Café; Culinary

1. PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor penting dalam pendapatan negara Indonesia. Negara ini kaya akan berbagai potensi, baik dari alam maupun budaya, yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan melalui sektor pariwisata. Hampir semua provinsi di Indonesia memiliki peluang yang dapat dikembangkan dalam bidang ini. Berdasarkan undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, terdapat 13 jenis usaha jasa pariwisata, termasuk daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, bisnis makanan dan minuman, akomodasi, penyelenggaraan hiburan dan rekreasi, pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, pameran, informasi pariwisata, konsultan pariwisata, pramuwisata, serta wisata tirta dan spa.

Undang - undang ini mencakup berbagai jenis usaha di sektor pariwisata, termasuk restoran dan kafe yang termasuk dalam kategori bisnis makanan dan minuman. Makanan dan minuman adalah kebutuhan dasar manusia yang dapat dipenuhi dengan berbagai cara, baik dengan memasak sendiri atau membeli di tempat yang menyediakannya. Kafe berfungsi sebagai tempat yang menjual makanan dan minuman secara komersial, serta berkontribusi pada sektor pariwisata. Kafe juga memenuhi kebutuhan pangan masyarakat lokal dan dapat didirikan oleh individu atau badan usaha. Dengan konsep penyajian yang paling cepat dan harga yang terjangkau bagi berbagai segmen pasar, kafe menawarkan suasana yang berbeda dibandingkan restoran.

Saat ini, kafe semakin berkembang, baik di perkotaan maupun pedesaan. Pertumbuhan ini tidak

hanya terjadi di provinsi besar, tetapi juga di kota-kota kecil. Jumlah kafe yang ada kini semakin meningkat dibandingkan sebelumnya. Kafe juga berfungsi sebagai ruang sosial untuk orang bersantai, bekerja, dan berinteraksi. Fenomena ini dapat dilihat di kota-kota besar di Indonesia, termasuk Gorontalo. Kalangan muda, sebagai segmen pasar utama, berperan aktif dalam perkembangan kafe, karena mereka lebih suka menghabiskan waktu di luar rumah dan mencari tempat yang sesuai dengan gaya hidup mereka.

Menurut (Dinasari, 2019) lembaga riset pasar Euromonitor, kedai kopi khas Indonesia dan kafe waralaba telah berkembang pesat selama lima tahun terakhir, dengan banyak pengusaha datang dengan konsep dan ide yang berbeda untuk menarik pelanggan dari berbagai sektor. Oleh karena itu, dengan semakin ketatnya persaingan, para pelaku usaha kedai kopi perlu memiliki strategi untuk memenangkan persaingan.

Berkembangnya trend minum kopi di kedai kopi atau biasa disebut nongkrong menjadikan kegiatan minum kopi sebagai sebuah lifestyle dan sebagai sarana menunjukkan eksistensi mereka (Firdaus Alamlhudi, 2000). Peneliti telah mencatat sejumlah fenomena menarik di lima kafe yang menjadi sampel penelitian: Kalimadu Coffee, Konsep Syndrome Coffee & Eatery, TDT Coffee Roaster, Kopilabs, dan Justmine. Masing-masing kafe memiliki daya tarik unik yang menjadikan pilihan utama bagi kalangan muda di Kota Gorontalo. Misalnya, Kalimadu Coffee sering kali ramai pengunjung, terutama pada malam hari, berkat atmosfernya yang nyaman dan desain interior yang menarik, dengan kapasitas sekitar 50 kursi. Sementara itu, Konsep Syndrome Coffee & Eatery dikenal karena konsep modern dan Instagrammable, yang menarik banyak pengunjung muda yang ingin mengabadikan momen di tempat yang memiliki sekitar 70 kursi, baik di dalam ruangan maupun teras yang asri. TDT Coffee Roaster menawarkan suasana tenang dengan fokus pada kopi otentik dan berbagai minuman, menjadi pilihan favorit bagi mereka yang ingin bekerja atau bersantai, dengan kapasitas 60 kursi. Kopilabs, yang memiliki desain industri dan minimalis, menyediakan sekitar 55 kursi dan menarik kalangan muda yang mencari suasana modern dengan layanan cepat. Justmine dengan desain interior yang nyaman dan stylish, menawarkan sekitar 65 kursi dan sering menjadi tempat pilihan untuk berkumpul dengan teman.

Kafe dengan desain menarik tidak hanya menciptakan pengalaman menyenangkan, tetapi juga menjadi latar foto yang menarik untuk dibagikan di media sosial. Selain itu, menu dan kualitas makanan serta minuman juga menjadi faktor penting. Harga dan promosi juga merupakan penting. Diskon, promosi, atau paket hemat dari kafe dapat menjadi daya tarik tambahan. Selain itu, lokasi dan

aksesibilitas berkontribusi besar terhadap keputusan pembelian.

Fasilitas dan layanan yang disediakan oleh kafe juga mempengaruhi keputusan kalangan muda. Kafe yang menawarkan fasilitas seperti Wi-Fi gratis, area parkir memadai, dan layanan pelanggan yang ramah serta profesional sering pilihan utama. Kegiatan atau acara khusus yang diadakan kafe, seperti live music, workshop, atau pameran seni, dapat menambah daya tariknya dan menawarkan pengalaman lebih bagi pelanggan. Lingkungan sosial disekitar kafe juga memengaruhi keputusan kalangan muda. Mereka lebih memilih kafe yang berada di lingkungan nyaman dan aman.

Di Kota Gorontalo, pertumbuhan kafe baru semakin pesat, dan keberadaan kafe kini sangat diminati oleh kalangan muda sehingga persaingan sangatlah ketat. Hal ini hanya bisa diantisipasi dengan selalu menciptakan inovasi baru dan meningkatkan fasilitas demi kenyamanan konsumen untuk menjaga eksistensinya di dunia kuliner (Yusra & Nanda, 2020). Kafe-kafe di kota ini banyak menargetkan kalangan muda, mengingat populasi mereka lebih besar dibandingkan kelompok usia yang lebih tua. Kalangan muda memiliki peran penting dalam perkembangan kafe, tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai penggerak tren di pasar. Oleh karena itu, perlu adanya analisis Perilaku konsumen yang menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk (Mutmainnah & Marwan, 2011). Untuk mencapai tujuan utama pihak cafe yaitu kepuasan konsumen.

Untuk memahami lebih dalam mengenai preferensi kalangan muda Kawula muda seringkali menjadi pengunjung utama kafe, yang menjadikan dalam memilih kafe di Gorontalo, penelitian ini fokus pada lima kafe yang dianggap mewakili segmen pasar ini. Kafe-kafe tersebut adalah Kalimadu Coffee, Konsep Syndrome Coffee Eatery, TDT Coffee Roaster, Kopilabs, dan Justmine. Pemilihan kafe ini didasarkan pada beberapa kriteria, seperti jumlah pengunjung muda yang signifikan, popularitas di media sosial, variasi menu, serta fasilitas dan layanan yang tersedia. Adapun beberapa kafe dengan rata-rata pengunjung yang signifikan selama bulan Oktober 2023 hingga April 2024 akan disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Pengunjung Oktober 2023 – April 2024

No	Nama Kafe	Jumlah Tamu							Jumlah Total
		Oktober 2023	November 2023	Desember 2023	Januari 2024	Februari 2024	Maret 2024	April 2024	
1	Kalimadu Coffee	2.015	2.400	2.790	2.480	1.740	3.100	2.700	17.225
2	Konsep Syndrome Coffee & Eatery	3.100	2.850	3.100	3.100	2.320	4.030	3.300	21.800
3	TDT Coffee Roaster	2.015	2.635	3.100	2.945	1.740	3.720	3.000	19.155
4	Kopilabs	2.635	2.700	2.790	3.100	3.190	3.190	3.900	21.505
5	Justmie	2.325	2.550	2.790	2.635	1.885	3.100	2.850	18.135
Grand Total									97.820

Sumber: Hasil Wawancara pra-penelitian, 2024.

Tabel diatas menunjukkan bahwa kafe dengan jumlah pengunjung terbanyak adalah Konsep Syndrome dan Kopilabs, yang paling diminati oleh kalangan muda. Konsep Syndrome mencatat 21.800 pengunjung, sedangkan Kopilabs mencapai 21.505 pengunjung, dengan presentase masing-masing sebesar 22% dan 60% dari total pengunjung tersebut merupakan kalangan muda. Data ini menegaskan bahwa kafe yang ramai pengunjung, seperti Konsep Syndrome dan Kopilabs, menjadi indikator penting untuk mengukur kepopuleran dan kesuksesan dalam bisnis kafe. Terlihat bahwa Konsep Syndrome menonjol dengan jumlah pengunjung yang lebih tinggi dibandingkan kafe lainnya, menunjukkan faktor-faktor yang membuatnya menjadi pilihan menarik bagi kalangan muda, baik dari segi suasana, layanan, maupun produk yang ditawarkan.

Meskipun sudah ada beberapa faktoryang diketahui dapat mempengaruhi keputusan kalangan muda dalam memilih kafe, penelitian dan referensi mengenai hal ini di Gorontalo masih terbatas. Hal ini menciptakan kekosongan dalam literatur yang perlu diisi untuk memahami preferensi kalangan muda di Kota Gorontalo. Pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor ini akan memberikan wawasan berharga bagi pengelola kafe dalam merancang strategi yang untuk menarik dan mempertahankan pelanggan muda. Dengan data konkret tentang preferensi dan motivasi kalangan muda, kafe dapat menyesuaikan penawaran mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis, serta mendorong pertumbuhan berkelanjutan dalam industri makanan dan minuman di Gorontalo.

Pertumbuhan jumlah kafe di Kota Gorontalo menunjukkan adanya minat yang tinggi dari masyarakat, khususnya kalangan muda. Oleh karena itu, penelitian mengenai "Keputusan Kawula Muda (Usia Remaja) Dalam Memilih Kuliner di Kafe Kota Gorontalo" menjadi sangat relevan dan penting. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi, motivasi, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kalangan muda dalam mengunjungi kafe dan pengusaha untuk meningkatkan kualitas layanan, memperbaiki strategi pemasaran, serta menambah nilai pengalaman yang lebih memuaskan bagi kalangan muda sebagai konsumen kafe di Kota Gorontalo.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menerapkan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Data yang didapatkan langsung dari lokasi penelitian, data tersebut akan dijabarkan secara deskriptif dan dengan dilakukan rangkuman sehingga hal-hal yang tidak berhubungan dengan penelitian tidak digunakan. Penelitian kualitatif dilakukan secara mendalam melalui

pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang bersifat non-angka.

2.1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan selama 8 bulan (Oktober – Mei) tahun 2024. Penelitian ini berlokasi di beberapa cafe yaitu kafe Kalimadu, Konsep Syndrome Coffee & Eatery, TDT Coffee Roaster, Kopilabs Coffee and Eatery (cabang pertama), dan Justmine.

2.2. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data yang diuraikan sebagai berikut :

2.2.1. Data Primer

Data utama yang digunakan pada penelitian ini yang berasal dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

2.2.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung penelitian ini yang dikumpulkan dari berbagai sumber dan diperoleh melalui dokumen (*offline dan online*), literatur perpustakaan, laporan dan jurnal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari laporan pertahunan, jurnal dan dokumen yang didapatkan dari internet.

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini berdasarkan 3 metode yaitu :

2.3.1. Observasi

Kegiatan observasi peneliti akan secara langsung meneliti beberapa hal terkait dengan konsumen yang menjadi objek penelitian. Pengamatan ini dilakukan secara langsung terhadap keadaan atau situasi di kafe dan mengkaitkannya dengan diangkat dalam penelitian ini yaitu lokasi, harga, makanan & minuman dan kualitas pelayanannya. Penelitian ini menggunakan pengamatan langsung di lapangan dan wawancara sebagai pendukung. Pengamatan yang diamati pada observasi dengan carameneliti keputusan kawula muda (usia remaja) dalam memilih kuliner di kafe Kota Gorontalo. Dari 25 konsumen memiliki umur rata-rata 19-26 tahun.

2.3.2. Wawancara

Melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab terhadap konsumen untuk mendapatkan data dari hasil wawancara 25 konsumen guna mendapat informasi secara terperinci mengenai topik yang sama dengan penelitian. Peneliti dapat memperoleh hasil yang nyata dari pertanyaan yang diutarakan oleh peneliti kepada 25 konsumen melalui tanya jawab tersebut, sehingga komunikasi atau interaksi yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh informasi dan mendapatkan data

yang akurat mengenai penelitian ini. Serta Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *random sampling*. Pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi (Sugiyono, 2011).

2.3.3. Dokumentasi

Dengan melakukan pengamatan atau analisis terhadap dokumen yang dibuat oleh subjek atau pihak lain mengenai subjek tersebut, dokumentasi diperoleh langsung dari data yang ada di lokasi penelitian. Menggunakan data dalam bentuk dokumen untuk melengkapi proses analisis, yang terdiri dari data primer yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dan diambil langsung dari objek yang diteliti. Antara lain foto, hasil observasi, dan data sekunder yang berasal dari pengumpulan data fakta dan data yang tersimpan dalam dokumentasi.

2.4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yaitu gambaran atau deskripsi dari lokasi penelitian yang berbentuk narasi dan diolah secara kualitatif. Data yang dikumpulkan berasal dari teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga menjadi tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif karena ingin mendapatkan data serta fakta secara detail.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

3.1.1. Kafe Kalimadu

Kafe Kalimadu adalah sebuah kafe yang mengusung konsep tradisional modern. Kafe Kalimadu beralamat di Jl. Madura, Liliwo, Kec. Kota Tengah, Kota Gorontalo. Desainnya yang hangat memadukan elemen lokal dengan penggunaan bahan alami dalam dekorasi. Kafe ini terkenal karena menunya yang berbasis madu lokal. Kalimadu menyasar pengunjung yang ingin menikmati suasana santai dengan sentuhan tradisional, seperti mahasiswa, pekerja kantoran, dan keluarga.



Gambar 2. Kafe Kalimadu

3.1.2. Kafe Konsep Syndrome Coffee & Eatery

Kafe Konsep Syndrome Coffee & Eatery berlokasi di Jl. Franco Nero, Heledulaa, Kec. Kota Timur, Kota Gorontalo. Kafe Syndrome Coffee &

Eatery mengusung desain interior modern yang tetap mengedepankan nuansa alami. Penggunaan material kayu, tanaman hias, dan pencahayaan alami menciptakan keseimbangan antara elemen modern dan alam. Kafe ini sangat menarik bagi remaja dan mahasiswa, berkat tata ruangnya yang estetik dan cocok untuk diunggah di Instagram. Selain itu, kafe ini menawarkan berbagai pilihan kopi spesial dan makanan ringan yang sangat disukai oleh kalangan muda.



Gambar 1. Kade Syndrome Coffee & Eatery

3.1.3. Kafe TDT Coffee Roaster

Kafe TDT bertempat di Jl. Jend. Sudirman, Limba U I, Kota Sel., Kota Gorontalo. Kafe TDT yang berada dekat dengan kampus, menawarkan desain yang modern dan dinamis, sangat cocok untuk mahasiswa dan kalangan muda yang mencari suasana yang nyaman tetapi tetap trendi. Dengan aksesibilitas yang mudah, TDT menjadi tempat favorit bagi mahasiswa yang mencari suasana belajar yang santai atau tempat bersosialisasi. Kafe ini menyediakan berbagai makanan ringan dan kopi, tetapi juga menghadirkan area yang luas untuk pertemuan kelompok.



Gambar 3. Kafe TDT Coffee Roaster

3.1.4. Kafe Kopilabs

Kafe Kopilabs berlokasi di Jl. Budi Utomo No.88, Limba U I, Kota Sel., Kota Gorontalo. Kafe Kopilabs tidak hanya menyajikan berbagai inovasi dalam menu kopi, tetapi juga menawarkan makanan berat yang ideal untuk profesional muda yang ingin makan siang atau bekerja di kafe. Dengan suasana yang modern dan ruang yang cukup luas, Kopilabs menjadi pilihan utama bagi para pekerja kantoran yang ingin menikmati hidangan lengkap dalam suasana yang santai. Kafe ini juga menjadi tempat

favorit untuk pertemuan informal dan bekerja dengan nyaman.



Gambar 4. Kafe Kopilabs

3.1.5. Kafe Justmine

Kafe Justmine bertempat di Jl. Arif Rahman Hakim, Liluwo, Kec. Kota Tengah, Kota Gorontalo. Kafe Justmine tetap mempertahankan konsep kafe rumahan yang nyaman, dengan dekorasi yang memberikan kesan personal dan tenang. Kafe ini menjadi pilihan bagi mereka yang ingin bersantai atau bekerja dalam suasana yang lebih privat. Terletak di kawasan perumahan elit, kafe ini menarik pengunjung dari kalangan keluarga dan pekerja kantoran yang mencari ketenangan.



Gambar 5. Kafe Justmine

3.2. Hasil Penelitian

Peneliti melakukan wawancara kepada responden sebanyak 25 orang dan yang peneliti terima sebanyak 25 responden. Berdasarkan data hasil wawancara terhadap 25 responden yang akan dijabarkan sebagai berikut :

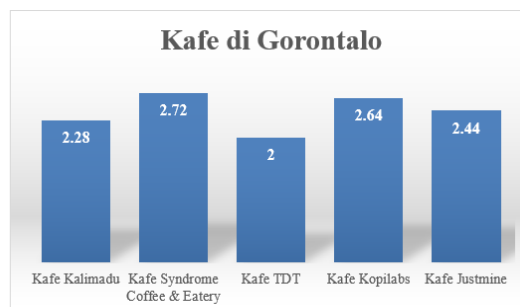
- Kualitas Produk (Makanan dan Minuman)
- Harga dan Keterjangkauan
- Suasana dan Desain Interior
- Fasilitas Pendukung
- Lokasi dan Aksesibilitas

3.2.1. Kualitas Produk (Makanan dan Minuman)

Kualitas produk yang baik dapat menjadi salah satu faktor pendukung terciptanya kepuasan bagi konsumen. Konsumen akan merasa lebih puas apabila kualitas produk yang diterimanya melebihi harapannya. Maka dari itu, perusahaan harus mampu memberikan karakteristik tersendiri dari produk agar menarik minat konsumen (Runtunuwu et al., 2014). Kualitas produk, khususnya makanan dan minuman, menjadi salah satu faktor utama dalam

mempengaruhi keputusan pengunjung untuk memilih kafe. Berdasarkan wawancara dengan pengunjung, cita rasa, variasi menu, serta kebersihan makanan dan minuman sangat berpengaruh dalam keputusan konsumen. Berikut ini hasil wawancara terhadap 25 responden terkait dengan kualitas produk (makanan dan minuman).

Berdasarkan grafik dibawah menunjukkan bahwa kafe yang memiliki kualitas produk yang cukup tinggi yaitu: Kafe Syndrome Coffee & Eatery, Kafe Kopilabs, Kafe Justmine, Kafe Kalimadu dan Kafe TDT. Untuk lebih jelasnya rata-rata dari ke-5 kafe disajikan dalam gambar berikut.



Gambar 6. Grafik nilai rata – rata kepuasan pengunjung

3.2.2. Harga dan Keterjangkauan

Harga merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pengunjung dalam memilih kafe. Berdasarkan wawancara, harga yang terjangkau cenderung lebih diminati oleh mahasiswa dan pengunjung muda, sedangkan profesional muda lebih memilih kafe yang menawarkan keseimbangan antara harga dan kualitas.

Tabel 2. Harga

Kafe	Rata-rata Harga Menu	Kategori Segmen Harga
Kafe Kalimadu	Rp. 10.000 – 20.000	Terjangkau
Syndrome Coffee & Eatery	Rp. 8.000 – 20.000	Terjangkau
Kafe TDT	Rp. 5.000 – 23.000	Terjangkau
Kafe Kopilabs	Rp. 18.000 – 38.000	Menengah
Kafe Justmine	Rp. 6.000 – 38.000	Menengah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk kategori segmen harga disetiap kafe, harganya terjangkau dan menengah. Dari 25 responden semua menjawab bahwa kafe kalimadu, kafe Syndrome Coffee & Eatery, Kafe TDT, Kafe Kopilabs, dan Kafe Justmine harganya cukup mahal untuk kelas menengah.

3.2.3. Suasana dan Desain Interior

Suasana dan desain interior kafe menjadi aspek penting yang sangat mempengaruhi pengalaman pengunjung. Berdasarkan hasil wawancara, pengunjung kafe tidak hanya mencari tempat makan, tetapi juga tempat untuk bersantai dan berinteraksi sosial. Berdasarkan hasil wawancara dari 25 responden terhadap suasana dan desain interior untuk setiap kafe memiliki desain interior yang berbeda-beda dan suasananya juga berbeda-beda.

Tabel berikut menunjukkan preferensi pengunjung terhadap suasana dan desain interior :

Tabel 3. preferensi pengunjung terhadap suasana dan desain interior

Kafe	Desain Interior	Target Pengunjung
Kafe Kalimadu	Tradisional modern	Keluarga, pekerja kantoran
Syndrome Coffee & Eatery	Modern alami	Mahasiswa, remaja
Kafe TDT	Modern sederhana	Mahasiswa
Kafe Kopilabs	Modern luas	Profesional muda, pekerja kantoran
Kafe Justmine	Nuansa rumahan yang tenang	Keluarga, pekerja kantoran

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa desain interior, target pengunjung dari setiap kafe berbeda-beda, baik itu ada yang tradisional modern, model alami, model sederhana, model luas serta nuansa rumahan yang tenang.

3.2.4. Fasilitas Pendukung

Fasilitas yang ditawarkan kafe menjadi nilai tambah yang signifikan bagi pengunjung, terutama bagi mereka yang membutuhkan tempat nyaman untuk bekerja atau belajar. Fasilitas seperti Wi-Fi, ruang meeting, dan parkir luas menjadi daya tarik tersendiri.

Tabel 4. Fasilitas

Kafe	Fasilitas	Keterangan
Kafe Kalimadu	Wi-Fi, parkir luas	Cocok untuk bersantai
Syndrome Coffee & Eatery	Wi-Fi, spot instagrammable, Ruangan VIP	Tempat nongkrong dan bekerja
Kafe TDT	Wi-Fi, ruang luas	Cocok untuk mahasiswa
Kafe Kopilabs	Wi-Fi, tempat kerja dan meeting informal	Tempat kerja dan meeting informal
Kafe Justmine	Wi-Fi, ruang privat	Suasana rumahan, cocok untuk relaksasi

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa setiap kafe memiliki fasilitas yang berbeda-beda, Untuk Kafe Kalimadu memiliki Wi-Fi dan parkir luas., Kafe Syndrome Coffee & Eatery memiliki Wi-Fi, spot instagrammable dan ruangan VIP. Kafe TDT memiliki Wi-Fi dan ruang luas, Kafe Kopilabs memiliki Wi-Fi, tempat kerja dan meeting informal, dan untuk Kafe Justmine memiliki Wi-Fi, dan ruangan privat.

3.2.5. Lokasi dan Aksesibilitas

Yuliani (2015) mengemukakan pendapat bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang terjangkau memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembelian.

Lokasi kafe yang strategis menjadi faktor penting dalam menarik pengunjung. Kafe yang dekat dengan pusat kota atau kampus lebih mudah diakses dan lebih diminati.

- Kafe TDT terletak di dekat kampus, sehingga menjadi pilihan utama mahasiswa yang mencari tempat nongkrong yang dekat dan terjangkau.
- Kafe Konsep Syndrome Coffee & Eatery berada di pusat kota, dengan akses yang mudah bagi pekerja kantoran dan mahasiswa.

- Kafe Kopilabs dan Kalimadu juga terletak di pusat kota, memudahkan akses bagi segmen pengunjung yang lebih luas, termasuk profesional dan keluarga.
- Kafe Justmine juga terletak di pusat kota, menarik bagi pengunjung yang mencari suasana yang lebih tenang dan privat.

3.3. Persepsi Konsumen Terhadap Kafe Di Kota Gorontalo

Berdasarkan hasil dari beberapa responden ditemukan bahwa terdapat persepsi mengenai kafe yang menjadi objek penelitian ini. Adapun analisis ini didasarkan pada observasi lapangan, wawancara dengan pelanggan, serta analisis data yang diperoleh dari penelitian. Persepsi ini sangat penting untuk memahami bagaimana kafe dapat memenuhi harapan dan kebutuhan kawula muda, yang merupakan target utama dari industri kafe di Gorontalo.

3.3.1. Kualitas Produk

Salah satu aspek yang paling banyak diperhatikan oleh konsumen adalah kualitas produk. Cita rasa yang lezat dan nilai gizi yang tinggi merupakan harapan konsumen terhadap makanan dan minuman yang disajikan. Karenanya enak belum tentu sehat dan bergizi. Isyanto, Eman, & Herligiani (2012) berpendapat Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berikut ini hasil wawancara dari 25 responden mengenai inovasi dalam menu dan penyajian makanan sesuai dengan selera masing-masing. Inovasi ini tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memberikan pengalaman baru bagi pelanggan, yang menjadi faktor penentu dalam keputusan mereka untuk kembali.

- Kafe Kalimadu
Kualitas dari kafe Kalimadu dikenal dengan cita rasanya yang stabil, meskipun tidak memiliki keunikan khusus dalam menu. Namun, kualitas yang konsisten membuat kafe ini tetap menjadi pilihan utama bagi pengunjung yang mencari pengalaman bersantap yang nyaman tanpa ekspektasi tinggi akan inovasi kuliner. Berikut ini tabel dari 25 responden terkait kualitas produk.

Tabel 5. Kualitas produk kafe Kalimadu

Responden	Sangat Tinggi	Cukup Tinggi	Kurang
	9	14	2

- Syndrome Coffee & Eatery
Kualitas dari kafe Syndrome Coffee & Eatery sangat diunggulkan dari segi variasi kopi spesialnya. Banyak pengunjung memilih kafe ini karena ingin menikmati kopi yang unik dengan kualitas yang tinggi. Pengunjung merasa bahwa kualitas kopi ini membuat kafe tersebut berbeda dari pesaingnya. Berikut ini tabel dari 25 responden terkait kualitas produk.

Tabel 6. Kualitas produk kafe Syndrome Coffee & Eatery

	Sangat Tinggi	Cukup Tinggi	Kurang
Responden	18	7	-

- **Kafe TDT**

Kualitas dari kafe TDT lebih dikenal karena penyajian makanan dan minuman yang sederhana, namun tetap berkualitas. Pengunjung, terutama mahasiswa, merasa puas dengan menu yang cocok dengan kebutuhan sehari-hari mereka, terutama untuk nongkrong atau belajar. Berikut ini tabel dari 25 responden terkait kualitas produk.

Tabel 7. Kualitas produk kafe TDT

	Sangat Tinggi	Cukup Tinggi	Kurang
Responden	4	17	4

- **Kafe Kopilabs**

Kualitas dari kafe Kopilabs menawarkan inovasi dalam makanan berat yang melengkapi menu kopi, seperti nasi goreng dan pasta. Konsumen yang mencari pengalaman bersantap lengkap sering kali memilih Kopilabs, karena mereka tidak hanya dapat menikmati kopi, tetapi juga makanan berat berkualitas. Berikut ini tabel dari 25 responden terkait kualitas produk.

Tabel 8. Kualitas produk kafe Kopilabs

	Sangat Tinggi	Cukup Tinggi	Kurang
Responden	16	9	-

- **Kafe Justmine**

Kualitas dari kafe Justmine menawarkan makanan dan minuman yang terkesan rumahan, memberikan kenyamanan bagi pengunjung yang mencari suasana tenang. Rasa yang konsisten dan nyaman membuat kafe ini menjadi pilihan utama bagi mereka yang ingin bersantai. Berikut ini tabel dari 25 responden terkait kualitas produk.

Tabel 9. Kualitas produk kafe Justmine

	Sangat Tinggi	Cukup Tinggi	Kurang
Responden	12	12	1

3.3.2. Harga dan Nilai

Harga merupakan salah satu faktor yang memiliki peran penting bagi konsumen terutama bagi kawula muda dalam memilih tempat untuk mengkonsumsi makanan dan minuman di kafe. Setiap kafe menerapkan strategi harga yang bervariasi sesuai jenis konsumen yang dituju, sehingga memengaruhi persepsi konsumen tentang nilai produk dan juga menjadi daya tarik konsumen kafe. Dengan demikian akan membuat persaingan dalam lingkungan kafe yang kompetitif. Konsumen menginginkan nilai yang baik untuk uang mereka, dan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan pengalaman yang didapatkan sehingga menjadi pertimbangan utama. Hasil wawancara terhadap beberapa pengunjung kafe mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh kafe yang dikunjungi tidak mahal, sesuai dengan keadaan keuangan yang

dimiliki terutama sebagai pelajar ataupun mahasiswa sehingga masih dapat dibeli. Pengunjung merasa bahwa harga yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan sehingga harga dianggap wajar.

3.3.3. Suasana dan Desain Kafe

Suasana dan desain kafe menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung. Setiap kafe yang menjadi lokasi penelitian menawarkan suasana yang berbeda antara satu dengan yang lain. Perbedaan desain memberikan kesan suasana yang berbeda bagi setiap pengunjung, suasana yang berbeda tersebut menjadi salah satu keputusan bagi pengunjung kafe untuk datang dan menikmati produk yang ditawarkan. Pengunjung menyukai ruang yang tidak hanya nyaman untuk bersantai tetapi juga instagramable, sehingga mendukung mereka untuk berbagi pengalaman mereka di media sosial. Suasana yang nyaman dan menyenangkan dihadirkan bagi para pengunjung juga menjadi salah langkah bagi pengelola dalam memperoleh promosi dari konsumen. Perkembangan dunia maya terutama media social saat ini memiliki peran dalam mempengaruhi calon pengunjung. Pengunjung yang datang dengan bebas dapat melakukan foto ataupun membuat video suasana kafe di media social yang dimiliki sehingga dapat dilihat oleh teman-teman dan kerabat kemudian menimbulkan rasa ingin tau bagi yang melihat dan ingin mencoba produk yang ditawarkan oleh kafe-kafe tersebut.

Hasil wawancara menyimpulkan bahwa pengunjung suka datang ke kafe yang sama beberapa kali dalam rentang waktu tertentu dikarenakan suasana yang ditawarkan membuat perasaan tenang, nyaman dan juga menyenangkan sehingga tidak merasa bosan dengan suasana kafe tersebut. Keadaan demikian secara tidak langsung menimbulkan perasaan sukarela dan tidak sadar ikut langsung mempromosikan kafe yang sedang dikunjungi dengan cara mengunggah ke akun media social individu masing-masing dan bahkan saling berbagi foto atau video apabila sedang bersama teman-teman.

3.3.4. Lokasi dan Aksesibilitas

Lokasi yang strategis dan aksesibilitas yang baik menjadi faktor penting dalam keputusan konsumen ketika memilih kafe. Kafe-kafe yang terletak di kawasan kuliner yang ramai, seperti pusat kota atau dekat dengan kampus, lebih menarik perhatian pengunjung karena kemudahan dalam menjangkau lokasi tersebut. Selain itu, kafe yang memiliki akses transportasi yang baik dan dekat dengan fasilitas umum seperti halte bus atau parkir, semakin memudahkan konsumen untuk berkunjung. Berikut kesimpulan hasil wawancara terkait lokasi kafe:

- a. Kafe TDT yang terletak di dekat kampus menjadi pilihan utama bagi mahasiswa yang ingin mencari tempat nongkrong atau belajar setelah jam kuliah.
- b. Kafe Konsep Syndrome Coffee & Eatery yang berlokasi di pusat kota juga memiliki keuntungan dari segi aksesibilitas, sehingga menarik segmen yang lebih luas, mulai dari pekerja kantoran hingga mahasiswa.
- c. Kafe Kopilabs dan Kalimadu juga terletak di pusat kota dengan akses yang mudah, sehingga menjadi pilihan utama bagi pengunjung yang mencari kafe dengan lokasi strategis.
- d. Kafe Jusmine juga terletak di pusat kota, menarik bagi pengunjung yang mencari suasana lebih tenang dan privat.

Kafe yang terletak di area yang ramai atau mudah dijangkau dengan transportasi umum cenderung lebih menarik bagi pengunjung.

3.3.5. Pelayanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan menjadi salah satu faktor yang sangat diperhatikan dalam pengalaman kunjungan ke kafe. Berdasarkan hasil wawancara dari 25 responden ditemukan 25 responden menilai bahwa Kafe yang memiliki staf yang ramah dan sigap dalam memberikan layanan, seperti Kafe Kalimadu, Kafe TDT, Kafe Kopilabs dan Kafe Justmine. Cenderung mendapatkan ulasan positif dari pelanggan. Sedangkan responden lainnya menilai bahwa kafe Syndrome Coffee & Eatery pelayanan kurang memuaskan/lama terutama dalam waktu penyajian makanan, hal ini terjadi pada saat kafe sedang ramai dikunjungi pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Pengunjung merasa dihargai dan nyaman ketika mereka dilayani dengan baik, yang berkontribusi terhadap pengalaman positif secara keseluruhan.

Dari analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap kafe di Kota Gorontalo dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, suasana, pelayanan, lokasi, dan harga. Kafe yang mampu memenuhi harapan konsumen dalam hal-hal ini akan lebih berpeluang untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan industri kafe di Gorontalo.

3.4. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis unsur-unsur apa saja yang berpengaruh pada keputusan kawula muda dalam memilih kuliner di kafe Kota Gorontalo. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 25 responden yang sering makan dan minum di Kafe Kalimadu, Kafe Konsep Syndrome Coffee & Eatery, Kafe TDT, Kafe Kopilabs dan Kafe Justmine.

Kegiatan penelitian ini diawali dengan data melalui observasi langsung di masing-masing kafe yang menjadi lokasi penelitian, selanjutnya peneliti melakukan wawancara terhadap 25 responden dan

yang terakhir peneliti melakukan dokumentasi. Didapatkan bahwa setiap kafe memiliki beberapa perbedaan baik itu dari segi kualitas produk, harga, suasana/desain interior, fasilitas pendukung, lokasi aksesibilitas serta pelayanan dari masing-masing kafe, yang menjadikan salah satu faktor penunjang daya tarik bagi pengunjung untuk datang di kafe tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa untuk kualitas produk dari kelima kafe yang ada di Kota Gorontalo, yang memiliki penilaian tertinggi menurut 25 responden yaitu: (1) Kafe Syndrome Coffee & Eatery karena dari 25 responden yang menjawab bahwa kualitas makanan dan minuman di kafe tersebut sangat tinggi berjumlah 18 responden, sedangkan 7 responden lainnya menjawab cukup tinggi. (2) Kafe Kopilabs dari 25 responden yang menjawab bahwa kualitas makanan dan minuman di kafe tersebut sangat tinggi berjumlah 16 responden, sedangkan 9 responden lainnya menjawab cukup tinggi. (3) Kafe Justmine karena dari 25 responden yang menjawab bahwa kualitas makanan dan minuman di kafe tersebut sangat tinggi berjumlah 12 responden, sedangkan 12 responden lainnya menjawab cukup tinggi, dan 1 responden menjawab kurang. (4) Kafe Kalimadu karena dari 25 responden yang menjawab bahwa kualitas makanan dan minuman di kafe tersebut sangat tinggi berjumlah 9 responden, sedangkan 14 responden lainnya menjawab cukup tinggi, dan 2 responden menjawab kurang. (5) Kafe TDT karena dari 25 responden yang menjawab bahwa kualitas makanan dan minuman di kafe tersebut sangat tinggi berjumlah 4 responden, sedangkan 17 responden lainnya menjawab cukup tinggi, dan 4 responden menjawab kurang.

Terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat diterapkan oleh pengelola kafe untuk meningkatkan daya tarik kafe mereka terhadap konsumen :

1. Peningkatan Kualitas Produk

Pemilik kafe harus fokus pada peningkatan dan konsistensi kualitas produk yang mereka tawarkan. Hal ini dapat mencakup penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, penyempurnaan resep, serta pelatihan staf untuk menjaga standar kualitas yang tinggi. Selain itu, inovasi dalam menu juga dapat menarik perhatian pelanggan baru.

2. Penentuan Harga yang Kompetitif

Resti & Harry Soesanto (2016) berpendapat harga memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian. Harga pasar dan kualitas produk harus seimbang jika suatu perusahaan menginginkan penjualan produknya tetap bertahan dipasaran.

Kafe perlu menetapkan harga yang seimbang dengan kualitas yang mereka tawarkan. Menawarkan paket promosi atau menu spesial pada waktu-waktu tertentu dapat menjadi strategi untuk menarik lebih banyak konsumen, terutama di kalangan mahasiswa yang lebih sensitif terhadap harga.

3. Desain Interior dan Suasana yang Menarik

Investasi dalam desain interior yang menarik dapat meningkatkan daya tarik kafe di mata pengunjung. Desain modern yang memadukan elemen alami, dengan pencahayaan yang nyaman dan tata ruang yang baik, akan membuat pengunjung betah berlama-lama di kafe.

4. Penyediaan Fasilitas yang Memadai

Fasilitas seperti Wi-Fi cepat, stopkontak yang mudah diakses, serta ruang meeting dapat menjadi nilai tambah yang signifikan bagi kafe. Konsumen, terutama profesional dan mahasiswa, mencari kafe yang tidak hanya nyaman untuk bersantai tetapi juga mendukung aktivitas kerja atau belajar mereka.

5. Pemilihan Lokasi yang Tepat

Bagi kafe yang sedang merencanakan ekspansi atau pembukaan cabang baru, pemilihan lokasi yang strategis sangat penting. Dekat dengan kampus, perkantoran, atau pusat perbelanjaan akan meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas kafe tersebut di mata konsumen.

Perkembangan industri kafe di Gorontalo menunjukkan bahwa konsumen semakin selektif dalam memilih tempat untuk bersantai atau bersosialisasi. Tren gaya hidup yang semakin berkembang, ditambah dengan meningkatnya penggunaan media sosial, mendorong kafe untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen yang dinamis.

Kafe yang tidak hanya menyediakan makanan dan minuman berkualitas, tetapi juga suasana yang nyaman dan fasilitas yang mendukung, akan semakin diminati. Pemilik kafe di Gorontalo harus terus memperhatikan perubahan tren ini dan berusaha memenuhi harapan konsumen yang semakin tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di beberapa kafe yang ada di Gorontalo ditemukan bahwa ada 2 dampak yang sangat berpengaruh terhadap industri kafe di Gorontalo, baik itu dampak positif maupun dampak negatif yang harus di perhatikan oleh pemilik kafe :

1. Dampak Positif
 - Pertumbuhan Pasar Kopi Spesialti: Minat konsumen terhadap kopi spesialti dengan kualitas tinggi dan metode penyeduhan unik terus meningkat. Hal ini mendorong inovasi di industri kafe, seperti munculnya coffee shop yang menawarkan single-origin coffee, pour over, dan manual brew lainnya. Kafe-kafe yang mampu memenuhi permintaan ini cenderung mengalami pertumbuhan yang pesat.
 - Tren Kafe dengan Konsep Unik: Konsumen kini mencari lebih dari sekadar secangkir kopi. Kafe dengan konsep unik, seperti aesthetic cafe, pet-friendly cafe, atau co-working space, menarik banyak pengunjung dan menciptakan brand loyalty.
 - Pemanfaatan Teknologi: Aplikasi pesan antar makanan, sistem cashless payment, dan

manajemen online membantu kafe meningkatkan efisiensi operasional dan jangkauan pasar. Penggunaan media sosial juga sangat penting untuk promosi dan membangun brand awareness.

- Kolaborasi dan Partnership: Kerjasama dengan supplier lokal, roaster, atau bisnis lain menciptakan peluang baru dan memperluas jangkauan produk serta layanan.
2. Dampak Negatif
 - Persaingan yang Ketat: Munculnya banyak coffee shop baru meningkatkan persaingan di industri ini. Kafe yang tidak mampu berinovasi atau memberikan nilai tambah kepada konsumen akan kesulitan bertahan.
 - Kenaikan Biaya Operasional: Harga bahan baku, sewa tempat, dan tenaga kerja yang terus meningkat dapat menekan keuntungan kafe. Inflasi dan fluktuasi nilai tukar mata uang asing juga berdampak pada biaya impor bahan baku.
 - Perubahan Perilaku Konsumen: Perubahan tren dan preferensi konsumen dapat memengaruhi permintaan produk tertentu. Kafe perlu adaptif dan mampu menyesuaikan penawaran produk sesuai dengan kebutuhan pasar.
 - Tantangan dalam Mempertahankan Kualitas: Menjaga konsistensi kualitas produk dan layanan sangat penting dalam industri makanan dan minuman. Kafe harus memiliki sistem manajemen kualitas yang baik untuk memastikan kepuasan pelanggan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi unsur-unsur seperti kualitas produk, harga, suasana dan desain interior, fasilitas pendukung, serta lokasi dan aksesibilitas, yang menjadi pertimbangan utama bagi kawula muda dalam menentukan pilihan mereka. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan praktis bagi pengelola kafe untuk meningkatkan layanan dan menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif guna menarik serta mempertahankan konsumen.
2. Dari Penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, suasana, fasilitas, lokasi dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan kawula muda dalam memilih kuliner di kafe. Bagi pengelola kafe, pemahaman terhadap preferensi konsumen ini dapat menjadi dasar dalam merancang strategi untuk menarik dan mempertahankan konsumen, serta meningkatkan daya saing di

industri kuliner yang semakin kompetitif di Kota Gorontalo.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut :

1. Untuk Peningkatan Pengalaman Pelanggan diharapkan industri dapat mengeksplorasi penggunaan teknologi untuk meningkatkan personalisasi pengalaman pelanggan. Contohnya, pengembangan aplikasi mobile yang memungkinkan pelanggan memesan, membayar, dan mendapatkan rekomendasi menu yang disesuaikan dengan preferensi mereka.
2. Untuk Akademik diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menjadi Ruang Publik dan Sosial. Pada penelitian ini tertuang bagaimana kafe dapat berperan dalam membangun komunitas dan mendorong interaksi sosial yang positif, serta bagaimana desain dan suasana kafe dapat memfasilitasi hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinasari, M. (2019). Entrepreneur Bisnis. In Bisnis.com (Mia Chitra).
- Firdaus Alahudi. (2000). *Feather Painting*. Adicita Karya Nusa.
- Isyanto, P., Eman, & Herligiani. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Manajemen*, 9(4), 854–862.
- Mutmainnah, E., & Marwan, E. (2011). Preferensi Konsumen terhadap Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus di Giant Ekspres Kota Bengkulu). *Preferensi Konsumen Terhadap Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus Di Giant Ekspres Kota Bengkulu)*, 7.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan riset dan pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Resti, D., & Harry Soesanto. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12.
- Yusra, I., & Nanda, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.173>
- Yuliani. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101.