



PENGARUH HARGA DAN GAYA HIDUP YANG SINGNIFIKAN TERHADAP MINAT PENGUNJUNG PADATHREE CUPS CAFE KOTA MAKASSAR

Stevi Yulistin Sampi dan Lidiani Astuti
Administrasi Publik, STIA YAPPI Makassar

ABSTRAK ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung pada three cups cafe Kota Makassar, serta unuk mengetahui eksistensi usaha kafe di Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi sebuah usaha kafe di Kota Makassar sangat dipengaruhi oleh strategi-strategi yang diterapkan oleh masing-masing para pengusahanya, diantaranya ialah; menyediakan fasilitas-fasilitas yang berkualitas seperti fasilitas Wi-Fi salah satunya, sebab Wi-Fi merupakan salah satu fasilitas yang paling populer dan paling dicari oleh para pengunjung kafe/konsumen karena kepraktisannya dalam hal mengakses internet, penentuan lokasi yang strategis, menyediakan harga yang terjangkau atau kompetitif.

Adapun penelitian lainnya itu yang dilakukan oleh Meldriana dan Lisan (2010) Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. Berdasarkan dari hasil penelitian ini di dapat nilai sig. Instore Atmosphere dan Outstore Atmosphere secara berturut-turut adalah 0,000 dan 0,343, dimana nilai sig. Instore Atmosphere lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa layout internal, suara, bau, tekstur dalam ruangan dan desain interior bangunan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap Resort Cafe Atmosphere. Sementara nilai sig. Outstore atmosphere lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa layout eksternal, desain eksterior bangunan tidak mempengaruhi minat beli konsumen terhadap Resort Cafe Atmosphere. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pengunjung Pada Three Cups Cafe Kota Makassar.

Kata Kunci: pengaruh harga. Gaya hidup. Minat pengunjung cafe

PENDAHULUAN

Makassar merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan menjadi living room untuk kawasan bagian timur Indonesia. Sebagai kota besar yang terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan informasinya pun semakin cepat. Hal ini dapat dilihat, dari makro ekonomi Makassar yang memperlihatkan perkembangan yang cukup signifikan, pada tahun 2009 pertumbuhan ekonomi tercatat sebesar 9,20 persen dan pada tahun 2013 meningkat menjadi 9,88 persen. Hal ini dikarenakan, struktur ekonomi pada tahun 2013 didominasi oleh lima yaitu, sektor perdagangan, hotel dan restoran dengan kontribusi sebesar 29,60 persen diikuti industri pengolahan 17,51 persen dan angkutan dan komunikasi 15,73 persen. Kemudian, sektor jasa dan keuangan masing-masing 15,67 dan 11,61 persen (Antara news.com, 3 Maret 2014). Seiring dengan terjadinya masyarakat ekonomi Asean dengan pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat, maka dapat dilihat bahwa sektor dunia usaha kini telah menjadi suatu persaingan. Demikian halnya dengan banyaknya cafe yang tumbuh akhir-akhir ini dan mengakibatkan persaingan yang semakin ketat di antara sesama pengusaha cafe di kota Makassar. Jika dulu cafe hanya dikunjungi oleh eksekutif muda dan masyarakat menengah

ke atas yang membutuhkan tempat untuk melepas penat sepulang dari aktivitas yang padat. Namun, cafe bukanlah tempat tongkrongan yang mewah, kini cafe telah menjamur dan memiliki konsumen untuk kelas menengah ke bawah.

Di Makassar, banyak bermunculan cafe-cafe dengan kategori modern cafe, antara lain Bangi Kopitiam, Dante Coffee Shop, Phoenam dan Three Cups Cafe. Selain menyediakan makanan dan minuman, cafe-cafe tersebut juga menawarkan suasana serta tempat yang nyaman untuk bersantai. Oleh karena itu cafe-cafe yang ada saat ini bersaing ketat untuk dapat menjadi yang terbaik. Silutonga (2013) mengungkapkan bahwa penerapan suatu produk dan pelayanan yang berkualitas mempengaruhi perkembangan cafe tersebut, karena tujuan utama bisnis cafe adalah menciptakan kepuasan konsumen dan mempertahankan pelanggan yang sudah dimiliki. Apabila hal tersebut terwujud, maka konsumen memiliki minat akan datang kembali berkunjung. Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Lubis (2012) menyatakan bahwa minat konsumen untuk berkunjung kembali ke suatu tempat tentunya didasari alasan tertentu, dimana kunjungan tersebut dapat memberikan nilai manfaat yang akan berdampak pada kepuasan konsumen tersebut. Maka dari itu, apabila seorang pengusaha menginginkan hal ini terwujud haruslah memiliki kemampuan dan daya saing yang tinggi untuk memberikan suatu produk dan pelayanan yang berkualitas kepada setiap konsumen yang makan dan minum di cafe tersebut.

Silutonga (2013) menyatakan bahwa banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk misalnya, kualitas produk, harga dan iklan. Dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Hal serupa juga dikemukakan oleh Lubis (2012) menyatakan bahwa kesuksesan dalam penetapan harga, lokasi dan promosi merupakan elemen kunci dasar dari bauran pemasaran.

Upaya mendatangkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan, yaitu dengan menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan pembelian tidak mudah. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu faktor harga, dan gaya hidup (Prasetyo, 2012). Harga merupakan faktor yang paling utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kotler (2005) menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan. Tidak sedikit konsumen yang menginginkan harga murah namun memperoleh produk atau jasa dengan kualitas yang relatif tinggi. Faktor yang kedua yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis adalah gaya hidup. Sebagai perilaku konsumen, gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian.

Setiadi (2003) mengemukakan bahwa gaya hidup merupakan cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang dalam menghabiskan waktunya, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia dan sekitarnya. Gaya hidup yang lagi digemari di Kota Makassar adalah nongkrong di cafe. Gaya hidup ini diikuti oleh semua umur dan semua kalangan. Dengan mengikuti gaya hidup yang sedang trend ini, konsumen menganggap dapat meningkatkan status sosialnya. Three Cups Cafe merupakan satu satunya coffee shop bernuansa semi modern yang terletak di jalan Toddopuli Makassar.

Promosi adalah suatu usaha perusahaan atau individu memberikan informasi dan mempengaruhi serta menarik konsumen secara langsung terhadap produksi yang dihasilkan. Promosi adalah cara yang efektif dalam merebut konsumen dipasaran, serta memperkenalkan barang-barang baru yang diproduksi.

TINJAUAN PUSTAKA

Hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat pengunjung yang telah dilakukan oleh Lubis (2012) dengan judul "Pengaruh

Harga, Lokasi, produk, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berkunjung Kembali”. Berdasarkan hasil Penelitian harga, lokasi, produk, dan gaya hidup terhadap minat berkunjung kembali pada coffee cangkir di Medan dan berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa secara serempak variabel harga, lokasi, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke coffee cangkir. Sedangkan variabel promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat pengunjung kembali ke coffee cangkir. Variabel gaya hidup adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali ke coffee cangkir.

Dilihat dari penelitian terdahulu diatas, maka adapun persamaan penelitian ini terdapat pada variabel bebas atau variabel X, dimana variabel X1 adalah harga dan variabel X2 adalah gaya hidup. Sedangkan variabel Y adalah minat pengunjung. Meskipun ada perbedaan dalam penelitian ini dalam hal tempat, waktu, jumlah responden, yang dilakukan oleh setiap peneliti.

METODE PENELITIAN

Variabel merupakan indikator terpenting yang menentukan keberhasilan penelitian, sebab variabel penelitian merupakan objek penelitian atau menjadi titik perhatian suatu penelitian. Variabel penelitian juga dapat diartikan sebagai suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Agar variabel dapat diukur maka variabel harus dijelaskan ke dalam konsep operasional variabel, untuk itu maka variabel harus dijelaskan indikator-indikatornya (Burhan Bungin, 2005). Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah variabel harga (X1) dan variabel gaya hidup (X2) terhadap minat pengunjung (Y). Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanasi asosiatif. Eksplanasi asosiatif adalah penelitian yang menghubungkan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2006). Variabel Independen (X), terdiri dari : harga (X1) dan gaya hidup (X2). Variabel Dependen (Y) adalah minat pengunjung pada Three Cups Cafe Makassar.

Desain penelitian pada penelitian ini yaitu, penelitian dilakukan dengan mengambil data langsung dari lapangan, dan sumber data lapangan diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara langsung dengan pengunjung yang ada di Three Cups Cafe dan memberikan angket untuk mengetahui jawaban-jawaban yang diperlukan oleh peneliti, serta studi pustaka untuk menunjang penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menjalankan usaha atau bisnis diperlukan kerja keras agar mencapai kesuksesan dan tetap terus maju dan berkembang. Usaha kuliner atau salah satunya dapat disebut Cafe merupakan salah satu usaha yang berhasil yang banyak ditemukan di Indonesia khususnya kota Makassar, dimana telah berjalan selama bertahun-tahun dan memiliki cita rasa masakan yang bervariasi. Usaha kuliner atau cafe dapat bertahan dan berkembang seperti sekarang tentu saja berkat kerja keras pemilik dan para karyawannya.

Three Cups Cafe merupakan salah satu usaha kuliner yang bergerak di bidang penyediaan pelayanan berbagai jenis makanan dan minuman. Three Cups Cafe memulai bisnis kulinernya di Makassar pada tanggal 12 Desember 2014, pemilik Three Cups Cafe bernama Elisabeth. Pemilik dari Three Cups Cafe ini melihat adanya peluang untuk mendirikan usaha kuliner karena adanya tempat yang berada di lokasi yang strategis, sehingga Elisabeth berniat mendirikan Three Cups Cafe. Nama Three Cups Cafe dibuat Elisabeth dari munculnya ide dari tiga gelas yang recommended yaitu milk, coffee, and tea. Maka dari itu sejak awal munculnya Three Cups Cafe hingga sekarang minumannya pasti merupakan paduan susu, kopi, atau teh.

Pada awalnya Three Cups Cafe ini mangsa pasarnya ditujukan pada mahasiswa dan pelajar karena harga yang ditawarkan di Three Cups Cafe ini cukup terjangkau sesuai dengan

kantong pelajar dan mahasiswa tetapi seiring berjalannya waktu Three Cups Cafe ini tidak hanya di kunjungi palajar atau mahasiswa tetapi karyawan kantoran juga. Three Cups Cafe didesain dengan interiornya sangat classic dengan unsur kayu, dan dinding batu yang telah diplester semen serta ditambah foto-foto classic dipadukan dengan meja dan kursi minimalis modern seolah menegaskan bahwa Three Cups Cafe cocok dengan segala generasi,tua dan muda.

Berdirinya Three Cups Cafe ini dilihat dari gaya hidup anak muda. Dimana gaya hidup memiliki hubungan yang sangat erat dengan berkunjung ke cafe. Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dimana gaya hidup anak muda sekarang ini senang berkunjung ke cafe untuk bersantai menghabiskan waktu berkumpul dengan teman-temannya sambil menikmati fasilitas serta produk yang ditawarkan di Three Cups Cafe ini. Three Cups Cafe memberikan kebebasan kepada konsumen untuk berlama-lama berada di cafe ini sehingga membuat konsumen merasa nyaman dan tertarik untuk berkunjung ke cafe ini.

KESIMPULAN dan SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah secara serentak variabel bebas yaitu harga dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat pengunjung ke Three Cups Cafe Makassar. Berdasarkan pengujian pengaruh variabel bebas secara parsial diketahui bahwa variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pengunjung ke Three Cups Cafe. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minatpengunjung ke Three Cups Cafe Variabel gaya hidup merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi minat pengunjung ke Three Cups Cafe Makassar.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diambil, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat pengunjung ke Three Cups Cafe Makassar secara positif dan signifikan adalah faktor hargadan gaya hidup. Three Cups Cafehendaknya senantiasa memperhatikan harga yang telah ditetapkan apakah sudah sesuai dengan kualitas dari makanan dan minuman yang diberikan kepada konsumen. Three Cups Cafejugahendaknya memperhatikan dan mempertahankan lokasi yang baik, mudah dijangkau dan menarik para konsumen sebagai keunggulan tersendiri agar mampu bertahan di tengah persaingan antara usaha sejenis. Three Cups Cafe juga diharapkan mampu mempertahankan fasilitas dan bila perlu ruangan ditambah karena konsumen yang paling banyak adalah mahasiswa yang menjadikan Three Cups Cafe sebagai tempat berkumpul dan menghabiskan waktudengan teman-teman sehingga konsumen lebih berminat untuk melakukan kunjungan kembali ke Three Cups Cafe. 2. Pihak Three Cups Cafe Makassar hendaknya lebih meningkatkan promosi, misalnya menjalin komunikasi yang akrab dengan konsumen, menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan dan pembentukan link untuk memperluas jaringan yang yang akhirnya dapatmeningkatkan jumlah pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old BENS Cafe. Jurnal Manajemen Maranatha
- Ratnasari, A. D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya.
- Ridlo, M. R. (2017). Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi. Jurnal Sosiologi.
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Andi

Yogyakarta.

Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*.

Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sutanto, P., & Japarianto, E. (2013). *Analisa Pengaruh Service Quality, Price, Dan Customer Relationship Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan Taman*

Handayani Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.

Swastha, Basu, & Irawan. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi 2*. Yogyakarta: Liberty Offset.

Ulfah, T. A. (2015). *Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa yang Mengunjungi Tempat Hiburan Malam Ditinjau Dari Motif Afiliasi*. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Semarang.

Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). *Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pengunjung Mega*

Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.

Wulandari, E., & Sudarwanto, T. (2014). *Pengaruh Cafe Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Pos Shop Coffee Toffee Simpang*.