

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP  
MINAT BELI ULANG DI PARAKOPI CAFÉ BATUSANGKAR**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Sains Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang*



**HEMALIA PUTRI  
19135089/2019**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
DEPARTEMEN PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP  
MINAT BELI ULANG DI PARAKOPI CAFÉ BATUSANGKAR**

Nama : Hemalia Putri  
NIM/BP : 19135089/2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

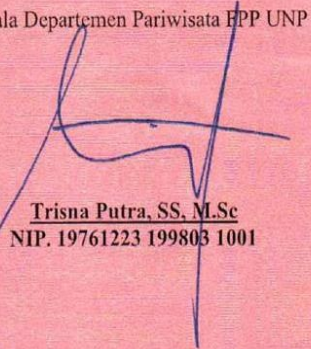
Disetujui Oleh:

Pembimbing



**Lise Asnur, S.Pd, M.Pd**  
**NIP. 196608221990102001**

Kepala Departemen Pariwisata HPP UNP



**Trisna Putra, SS, M.Sc**  
**NIP. 19761223 199803 1001**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Beli ulang di Parakopi Cafe Batusangkar  
Nama : Hemalia Putri  
NIM/BP : 19135089/2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

Nama

Tanda Tangan

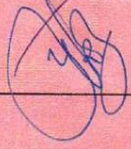
1. Ketua : Lise Asnur, S.Pd,M.Pd

1. 

2. Anggota : Hijriyantomi Suyuthie, SIP, MM

2. 

3. Anggota : Yuke Permata Lisna, S. ST.,M.Par

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
DEPARTEMEN PARIWISATA  
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131  
Telp.(0751)7051186  
Email : [pariwisata@fpp.unp.ac.id](mailto:pariwisata@fpp.unp.ac.id)  
Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

### SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Hemalia Putri  
NIM/TM : 19135089 / 2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Kualitas pelayanan dan lokasi terhadap Minat beli Ulang di Parakopi Café Batusangkar” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Kepala Departemen Pariwisata

  
**Trisna Putra, SS, M.Sc**  
NIP. 197612231998031001

Saya yang menyatakan,

  
**Hemalia Putri**  
NIM. 19135089

## ABSTRAK

**Hemalia Putri. 2023.** Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Minat beli Ulang di Parakopi Café Batusangkar.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan ditemukannya masalah oleh peneliti terhadap Minat beli ulang terkait kualitas pelayanan dan lokasi di Parakopi café Batusangkar. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Kualitas pelayanan, lokasi, Minat Beli Ulang dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi terhadap Minat beli Ulang di Parakopi café Batusangkar.

Jenis penelitian yang digunakan digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi penelitian ini adalah pelanggan di Parakopi Café Batusangkar sebanyak 1.162 orang dengan Sampel Penelitian sebanyak 93 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner /angket kepada pelanggan yang berkunjung di Parakopi Café. Uji coba instrument dilakukan dengan uji validitas dan uji realibilitas. Tahap pengolahan data dilakukan kegiatan seperti merancang struktur kode, Pengkodean, editing, dan Pengentrian data. Uji Prasyarat analisis dilakukan uji normalitas, Multikoleniaritas dan heteroskedasitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji regresi linear berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini adalah rata-rata responden pada variabel kualitas pelayanan 78,86% dengan kriteria baik. Rata-rata responden pada variabel lokasi 78,06% dengan kriteria baik kemudian disimpulkan rata-rata reponden variabel Minat Beli Ulang 67,73% dengan kategori cukup. Hasil uji regresi linear berganda diperoleh nilai F hitung 16.221 dengan sig 0,000<0.05 maka regresi dapat dipakai. Artinya kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Nilai R Square sebesar 0,309, artinya variabel Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh 30,9% terhadap minat beli ulang di Parakopi café dan 69,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

***Kata kunci: Café, Kualitas pelayanan, Lokasi dan Minat beli ulang***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang memberikan kesempatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Beli ulang Di Parakopi Café Batusangkar” sebagai syarat untuk melanjutkan penelitian skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam penelitian proposal ini, peneliti dibimbing dan di motivasi oleh berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof Prof. Dra.Asmar Yulastri, M.Pd, Ph. selaku Dekan  
Fakultas Pariwisata dan PerhotelanUniversitas Negeri Padang
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., selaku Ketua Departemen Pariwisata  
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Adek Kurnia Fiza, S.St.Par, M.Par selaku dosen Penasehat  
Akademik
4. Ibu Lise Asnur, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Proposal Skripsi
5. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S. Ip, M. M selaku Dosen Penguji 1.

6. Ibu Yuke Permata Lisna, S. ST.,M.Par Selaku Dosen Penguji 2.
7. Seluruh Dosen,tenaga Administrasi dan teknisi Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
8. Bapak Syafril dan Ibu Marlis Selaku Orang tua peneliti serta keluarga besar tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan yang tak terhingga sehingga peneliti bisa sampai ketahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan perhotelan Universitas Negeri Padang.
9. Sahabat, Teman-teman dan seluruh rekan manajemen perhotelan angkatan 2019 yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada peneliti

Tidak ada karya manusia yang sempurna, demikian pula dengan skripsi ini. Saran dan kritik yang membangun, peneliti harapkan untuk kedepannya. Semoga bantuan, bimbingan Bapak dan Ibu menjadi amal kebaikan di sisi Allah Swt. Mudah- mudahan penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Padang, Agustus 2023

Hemalia Putri  
NIM 19135089

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
A. Aspek – aspek teoritis .....	13
B. Kerangka Konseptual.....	31
C. Hipotesis Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Tempat dan waktu Penelitian.....	33
C. Variabel Penelitian.....	33
D. Definisi Operasional Variabel.....	34
E. Populasi dan Sampel.....	35
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	37
G. Instrumen Penelitian .....	38
H. Uji Coba Instrumen.....	41
I. Teknik Analisis Data.....	44
J. Uji Persyaratan Analisis.....	47
K. Pengujian Hipotesis.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Hasil Penelitian .....	52
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
2. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	56
B. Uji Persyaratan Analisis.....	89
1. Uji Normalitas .....	89
2. Uji Multikoleniaritas .....	90
3. Uji Heteroskedastisitas.....	92



C. Pengujian Hipotesis .....	93
1. Uji Linear Berganda .....	93
D. Pembahasan.....	95
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>104</b>
A. Kesimpulan .....	104
B. Saran .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>109</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Hal</b>
1. Parakopi Cafe Batusangkar .....	4
2. Review tamu minat beli ulang .....	6
3. Ulasan pelanggan tentang kualitas layanan.....	6
4. Ulasan pelanggan tentang kualitas pelayanan.....	7
5. Parkir Parakopi Cafe Batusangkar .....	8
6. Ulasan pelanggan tentang Lokasi .....	8
7. Kerangka konseptual.....	32

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Hal</b>
1. Jumlah Konsumen 3 bulan terakhir.....	5
2. Penjualan Parakopi Cafe Batusangkar .....	9
3. Pemilihan jawaban skala likert pada variabel X dan variabel Y.....	38
4. Kisi- kisi Instrumen penelitian.....	39
5. Uji Validitas .....	42
6. Uji Realibilitas .....	43
7. Batas Interval dan Kategori Pilihan .....	46
8. Tingkat Capaian Responden (TCR).....	47
9. Karakteristik Responden berdasarkan Umur .....	53
10. Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin .....	54
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
12. Karakteristik responden berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	55
13. Deskripsi indikator Bukti fisik.....	56
14. TCR Indikator Bukti fisik .....	57
15. Deskripsi Indikator Keandalan.....	58
16. TCR Indikator Keandalan .....	59
17. Deskripsi Indikator Daya tangkap.....	59
18. TCR Indikator daya tangkap.....	60
19. Deskripsi Indikator Jaminan .....	61
20. TCR Indikator Jaminan .....	61
21. Deskripsi Indikator Empati .....	62
22. TCR Indikator empati .....	63
23. Deskripsi variabel Kualitas pelayanan .....	64
24. TCR variabel Kualitas Pelayanan .....	64
25. Deskripsi indikator akses .....	66
26. TCR indikator akses.....	67
27. Deskripsi indikator visibilitas .....	68
28. TCR indikator Visibilitas .....	69
29. Deskripsi indikator lalu lintas .....	70
30. TCR indikator lalu lintas.....	70
31. Deskripsi indikator tempat parkir .....	71
32. TCR indikator tempat parkir.....	72
33. Deskripsi indikator ekspansi .....	73
34. TCR indikator ekspansi.....	73

35. Deskripsi indikator lingkungan .....	74
36. TCR indikator Lingkungan .....	75
37. Deskripsi indikator Kompetensi.....	76
38. TCR indikator Kompetensi .....	76
39. Deskripsi variabel lokasi .....	77
40. TCR variabel Lokasi .....	78
41. Deskripsi indikator minat transaksional.....	81
42. TCR indikator minat transaksional .....	82
43. Deskripsi indikator minat referensial .....	83
44. TCR minat referensial.....	83
45. Deskripsi indikator minat Preferensial.....	84
46. TCR indikator preferensial.....	85
47. Deskripsi indikator eksploratif.....	86
48. TCR Minat Eksploratif.....	86
49. Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang.....	87
50. TCR Minat Beli Ulang.....	88
51. Hasil Uji Normalitas .....	90
52. Hasil Uji Multikoleniaritas.....	91
53. Koefisien Heteroskedasitas .....	92
54. ANOVA Linear Berganda.....	93
55. Koefisien Linear Berganda .....	94
56. Summary Linear Berganda .....	95

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Hal</b>
1. Surat Izin Penelitian .....	112
2. Kuesioner Penelitian .....	113
3. Tabulasi Data Uji Coba.....	119
4. Uji Validitas dan Realibilitas .....	119
5. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan .....	123
6. Tabulasi Data Penelitian Variabel Lokasi.....	124
7. Tabulasi Data Penelitian Variabel Minat Beli Ulang.....	125
8. TCR X1 Kualitas Pelayanan .....	126
9. TCR X2 Lokasi .....	127
10. TCR Y Minat Beli Ulang .....	128
11. Pemberitahuan surat Izin kepada Pihak Cafe.....	128
12. Penyebaran Kuesioner (Scan Barcode) secara langsung .....	129
13. Foto Bersama Karyawan Parakopi Café .....	129

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bisnis kuliner di Indonesia tumbuh menyebar dimana mana, menunjukkan bahwa industri kuliner terlihat terus berkembang bahkan dikatakan sedang berkembang. Ferdiani (2020) menjelaskan bahwa bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang paling banyak dijalankan hingga saat ini. Industri ini juga diharapkan dapat menjadi pendorong tercapainya target pertumbuhan industri non migas serta meningkatkan realisasi investasi di tahun-tahun ke depannya. Oleh karenanya, kreativitas di bidang kuliner harus terus berkembang dengan berbagai inovasinya. Salah satu bisnis kuliner yang diminati oleh para wirausaha yaitu café.

Café adalah salah satu contoh bisnis kuliner yang dikelola secara komersial yang menawarkan pada para pelanggan makanan atau minuman kecil dengan pelayanan dalam suasana tidak formal tanpa diikuti suatu aturan atau pelayanan yang baku (sebagaimana sebuah exclusive dining room), jenis-jenis makanan atau harganya lebih murah karena biasanya beroperasi selama 24 jam, dengan demikian dapat dipastikan sebuah cafe akan tetap buka ketika bisnis kuliner lainnya sudah tutup. Menurut Wiryanto Dewobroto (2015), *cafe* adalah tempat yang menyediakan kopi, teh, dan makanan ringan yang disajikan dalam suasana yang santai dan nyaman. *Cafe* juga dapat dijadikan tempat untuk mengadakan pertemuan atau acara kecil. Pada saat ini

bisnis *cafe* semakin berkembang ditengah masyarakat, dimana *cafe* kini telah bertransformasi menjadi bagian dari kebiasaan ataupun bagian dari suatu gaya hidup kelompok individu. Pada kalangan bisnis misalnya, *cafe* berubah menjadi lokasi pertemuan bisnis, dimana mereka memanfaatkan *cafe* sebagai tempat untuk membicarakan berbagai hal mengenai bisnis mereka dalam setting yang tidak terlalu formal. Pengunjungnya pun berasal dari latar belakang yang beragam, mulai dari kalangan pengusaha, pegawai negeri dan swasta, mahasiswa/pelajar bahkan ada juga komunitas-komunitas tertentu. Dari segi kenyamanan pun, *cafe* memang memiliki nilai lebih karena suasanya tidak terlalu formal dan bisa jauh lebih santai. Bisnis *cafe* memang tidak bertujuan seratus persen menjual secangkir atau segelas kopi karena mereka juga menjual suasana dan gaya hidup yang baru yaitu gaya hidup ala eksekutif yang suka akan kepraktisan dan tempat yang lebih modern agar berhasil dalam bisnis usaha *café*.

Suatu *café* dapat dikatakan berhasil bila konsumen yang sebelumnya sudah pernah berkunjung akan melakukan pembelian ulang. Menurut Hidayat & Resticha (2019) minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu oleh konsumen. Minat beli ulang berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang maka hal itu akan memperkuat minat beli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat.

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh (Erdil, 2015) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang. Kualitas pelayanan yang baik dan profesional sehingga dapat membuat konsumen nyaman dan muncul minat ulang untuk membeli minuman dan makanan. Pada saat konsumen membeli atau menggunakan sebuah produk maupun jasa, ketika konsumen mendapatkan produk atau jasa yang sesuai dengan harapan dari konsumen maka konsumen akan menceritakan dan merekomendasikan tentang pengalamannya menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Tjiptono dalam Joko Suwito (2018:256) Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi keinginan konsumen”.( Terdapat lima indikator kualitas pelayanan yaitu: 1) Bukti fisik, (*Tangible*), 2) Empati (*Empathy*), 3) Keandalan (*Reliability*), 4) Ketanggapan (*Responsiveness*), 5) Jaminan (*Assurance*).

Jika kualitas pelayanan yang diberikan baik maka pelanggan akan datang kembali sehingga tersebut dapat meningkatkan penjualan. Apabila Pelanggan merasa tidak puas akan pelayanan yang diberikan maka tidak akan berkunjung kembali dan tidak merekomendasikan café ke pada orang lain yang mana hal itu berdampak terhadap minat beli ulang yang terjadi di parakopi café.



Selain kualitas pelayanan, lokasi juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi minat beli ulang. Lokasi yang strategis dapat membantu pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan daya tarik pelanggan, serta memudahkan proses pengadaan bahan baku. Menurut Tjiptono (2015) lokasi usaha adalah tempat dimana usaha tersebut akan dilakukan, segala kegiatan mulai dari pengadaan bahan sampai dengan distribusi atau penjualan kepada konsumen atau pelanggan.



**Gambar 1. Parakopi Cafe Batusangkar**  
**Sumber : Google Maps**

Salah satu usaha berbentuk Café yang berhasil berdiri di kota batusangkar yaitu Parakopi Café yang mana lokasi café tersebut berada di Jl. Hamka No.6E, Parak Juar, Batusangkar. Parakopi Café Batusangkar merupakan café yang menyediakan makanan dan minuman yang bervariasi sehingga diminati dan sering di kunjungi oleh anak-anak muda maupun orang yang sedekar ingin bersantai di café tersebut.

Peneliti juga telah mengambil data Jumlah Konsumen yang berkunjung selama 3 bulan terakhir di Parakopi Café Batusangkar sebagai berikut:

**Tabel 1. Jumlah Konsumen 3 bulan terakhir**

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>
1	Desember	1435
2	Januari	1120
3	Februari	930
<b>Total</b>		<b>3.485</b>

Berdasarkan ulasan google peneliti menemukan masalah yang di alami oleh konsumen terkait dengan minat beli ulang yaitu adanya komplek tamu terkait pelayanan yang diberikan sehingga tamu tersebut tidak meromedasikan café tersebut kepada org lain, hal tersebut dapat dilihat di gambar 1 :



### Gambar 2. Review tamu minat beli ulang

Sumber: Google review Parakopi café Batusangkar (21/05/2023)

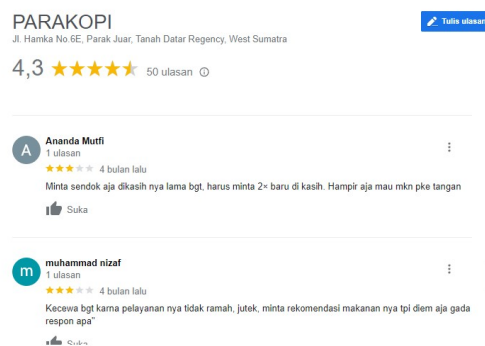
Berdasarkan observasi pra penelitian yang dilakukan pada tanggal 1 April 2023 peneliti melakukan wawancara kepada 10 orang pelanggan yang berkunjung ke Parakopi Café Batusangkar, dimana 7/10 pelanggan tidak berminat untuk melakukan transaksi kembali di parakopi batusangkar.



### Gambar 3. Ulasan pelanggan tentang kualitas layanan

Sumber: Google review Parakopi café Batusangkar (21/02/2023)

Berdasarkan ulasan pelanggan diatas, pelanggan yang komplek terhadap kualitas layanan dimana makanan yang di hidangkan berbeda dengan makanan yang dipesan, sehingga pelanggan tersebut tidak merekomendasikan café tersebut dan tidak ingin kembali ke café tersebut.

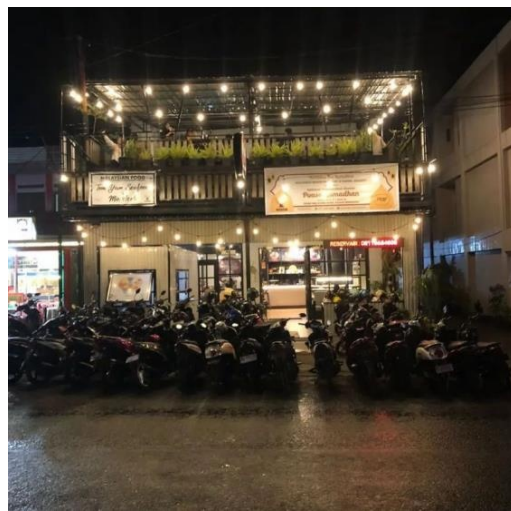


**Gambar 4. Ulasan pelanggan tentang kualitas pelayanan**  
Sumber: Google review Parakopi café Batusangkar (21/02/2023)

Berdasarkan ulasan pelanggan diatas juga ditemukan komplek konsumen terhadap kualitas pelayanan, yang mana pelanggan membutuhkan alat makan tetapi karyawan kurang tanggap sehingga konsumen merasa tidak dilayani dengan baik.

Dalam menjalankan usaha lokasi menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahardian Ali Oetomo (2012) menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Berdasarkan observasi peneliti pada saat berkunjung ke Parakopi café, peneliti menemukan bahwa parkir yang tersedia di café tersebut sangat minim, sehingga ketika café sedang ramai, dan parkir penuh kendaraan yang pribadi yang dibawa oleh konsumen akan terparkir di badan jalan yang mana hal itu akan menyebabkan terganggunya pengguna jalan lainnya.



**Gambar 5. Parkir Parakopi Cafe Batusangkar**  
**Sumber: Dokumentasi Pribadi**



**Gambar 6. Ulasan pelanggan tentang Lokasi**  
**Sumber: Google review Parakopi café Batusangkar (21/02/2023)**

Berdasarkan ulasan diatas, ditemukan masalah terhadap tempat parkir yang disediakan tidak mencukupi sehingga pelanggan merasa tidak nyaman, apabila saat café sedang ramai tempat parkir sampai ke trotoar jalan sehingga mengganggu pengguna jalan lainnya.

Lokasi Parakopi café yang strategis berada di pusat kota sehingga mudah untuk di kunjungi akan tetapi mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada kasir di Parakopi Café yang bernama nanda , Parakopi mengalami penurunan penjualan selama 3 bulan terakhir. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini yang menggambarkan terjadinya penurunan penjualan.

**Tabel 2. Penjualan Parakopi Cafe Batusangkar**

<b>Bulan</b>	<b>Penjualan</b>
Desember	Rp.32.250.000
Januari	Rp.30.140.00
Februari	Rp.28.780.000

**Sumber : Manajemen Parakopi café Batusangkar**

Berdasarkan permasalahan diatas penelitian ini penting dilakukan karena kualitas pelayanan dan lokasi merupakan salah satu penunjang untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen di café tersebut. Apabila kualitas pelayanan dan lokasi yang diberikan buruk maka akan dampak buruk terhadap minat beli ulang di café tersebut, karena itulah peneliti

berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap Minat Beli Ulang Di Parakopi café Batusangkar**” .

#### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka terdapat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang tidak sesuai yaitu menu yang dihidangkan berbeda dengan yang di order sehingga tamu tidak merkomendasikan kepada orang lain
2. Kualitas pelayanan yang kurang karena karyawan yang slow respon
3. Lokasi parkir yang tidak memadai
4. Terjadinya penurunan penjualan selama 3 bulan terakhir
5. Tidak berminat untuk bertransaksi kembali diparakopi Cafe

#### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Beli ulang Di Parakopi Café Batusangkar.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas , maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas pelayanan Parakopi Café Batusangkar?

2. Bagaimana Lokasi parakopi café Batusangkar?
3. Bagaimana Minat Beli Ulang di Parakopi Café batusangkar?
4. Bagaimana Kualitas Pelayanan terhadap minat beli Ulang Di Parakopi café Batusangkar?
5. Bagaimana Pengaruh Lokasi terhadap minat beli ulang Di Parakopi Café Batusangkar?,
6. Bagaimana Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Belio Ulang Di Parakopi café Batusangkar?

## **E. Tujuan Penelitian**

### **1. Tujuan Umum**

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Di Parakopi Café Batusangkar

### **2. Tujuan Khusus**

- a. Mendeskripsikan kualitas pelayanan Parakopi café Batusangkar
- b. Mendeskripsikan Lokasi usaha Parakopi café Batusangkar
- c. Mendeskripsikan Minat Beli Ulang Di Parakopi café batusangkar
- d. Untuk menganalisa pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Di Parakopi café Batusangkar.



## **F. Manfaat Penelitian**

Melalui ini peneliti berharap dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi setiap pihak dan sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut :

### **1. Bagi Industri Kuliner**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi industri kuliner, khususnya mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap minat beli ulang parakopi café Batusangkar.

### **2. Bagi Departemen Pariwisata**

Menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya pada Departemen Pariwisata Program Studi Manajemen Perhotelan sebagai referensi sekiranya dibutuhkan untuk penelitian berikutnya.

### **3. Bagi peneliti**

Hasil penelitian ini digunakan untuk proposal penelitian skripsi D4 Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dan sebagai salah satu syarat menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (SST).

### **4. Bagi peneliti berikutnya**

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan pada peneliti berikutnya terutama mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Di Parakopi Café Batusangkar.