

PENGARUH FASILITAS TERHADAP MINAT BELI ULANG DI UP COFFEE LUBUK SIKAPING**Abstract**

WENDRI SATRIA

Email: Satriawendri0@gmail.com

KURNIA ILLAHI MANVI

Departemen Pariwisata
Universitas Negeri PadangEmail: hakym_@fpp.ac.id

This existence of them motivates this investigation facilities that can boost repurchase interest at Up Coffee Lubuk Sikaping. The purpose of the study is to assess how these facilities influence customers' intentions to make repeat purchases. The research employs a quantitative data technique combined with a descriptive methodology, drawing from both primary and secondary sources. The population consists of consumers who have visited Up Coffee Padang. Purposive sampling was used to select a total of 98 respondents. The research utilizes a Likert scale questionnaire that has undergone reliability validation. The information gathered was analyzed using SPSS 25.00. Findings indicate that the facilities available are categorized as "adequate," with a rating of 54.09%. Furthermore, the repurchase interest variable yielded an F value of 10.888 with a significance threshold of $0.0001 < 0.05$, suggesting a substantial relationship between variabel X and variabel Y. The relationship between the facilities and repurchase interest variables it supports acceptance the alternative hypothesis (H_a) and rejection the null hypothesis (H_o). The regression analysis shows the coefficient is 0.185 with a significance level of $0.001 < 0.05$, suggesting that each 1-unit improvement in facilities (X) will result in a 0.185-unit increase in repurchase interest (Y).

Keywords: Facilities, Repurchase interest, Coffee shop**PENDAHULUAN**

Pertumbuhan dan perkembangan industri yang berkelanjutan telah mempercepat aktivitas ekonomi dan meningkatkan permintaan konsumen terhadap produk untuk memenuhi kebutuhan mereka. Indonesia, dengan jumlah penduduk yang besar, mengalami peningkatan tingkat konsumsi. Kombinasi dari populasi yang besar dan meningkatnya permintaan konsumen telah menjadikan Indonesia sebagai target pasar potensial yang menonjol dipangung global. Karena tingginya tingkat pengeluaran konsumen, Indonesia telah menarik minat para investor. Salah satu contoh perusahaan di sektor konsumen adalah bisnis di industri makanan dan minuman, seperti Coffee Shop.

Wiktionary (2010:22) mendefinisikan bahwa sebuah *Coffee Shop* adalah sebuah kafe kecil atau tempat makan sederhana yang menawarkan kopi, minuman non-alkohol, serta hidangan ringan atau camilan serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung dilokasi tersebut. Coffee Shop juga dikenal dengan istilah warung kopi atau kedai kopi. Banyaknya usaha kedai kopi atau Coffee Shop yang banyak diminati oleh konsumen membuat banyaknya persaingan antar kedai kopi. Untuk sukses dalam pasar yang kompetitif, sebuah perusahaan harus mampu mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Menurut Hellier et al (2015:198) niat untuk melakukan pembelian ulang mengacu pada keinginan seseorang yang memutuskan untuk membeli kembali layanan yang sama dari perusahaan yang sama, dengan mempertimbangkan kondisi saat ini dan kondisi potensial di masa depan. Hasan (2018:131) mengidentifikasi empat indikator utama dari niat pembelian ulang ini yaitu, niat transaksional, niat referensial, dan niat preferensial. Adapun faktor-faktor minat beli ulang seperti yang dinyatakan oleh Pupuni dan Sulistyawati (2016:28), faktor-faktor seperti lingkungan fisik, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk dan nilai yang dirasakan dipertimbangkan.

Untuk mendorong niat pembelian ulang, penting untuk fokus pada fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Kotler dalam (Apriyadi, 2017) menggambarkan fasilitas sebagai "semua aset fisik yang disediakan oleh penyedia layanan untuk

meningkatkan kenyamanan pelanggan”. Tjiptono (2016:46) mengusulkan indikator-indikator berikut untuk fasilitas seperti, perencanaan sosial, tata ruang, peralatan, pencahayaan dan skema warna, instruksi grafis dan elemen pendukung. Urgensi dan penelitian ini adalah adanya dugaan bahwa fasilitas mempengaruhi minat beli ulang, jika penelitian ini tidak dilakukan maka kemungkinan fasilitas tidak akan berubah dan minat beli ulang pun akan semakin berkurang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif yang menggunakan pendekatan kausal asosiatif. Sugiyono (2019:17) mendefinisikan, yang berlandaskan pada filosofi positivisme, bertujuan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan alat penelitian untuk pengumpulan data melakukan analisis kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari konsumen yang mengunjungi Up Coffee Booth Lubuk Sikaping, dengan total 27.871 kunjungan selama 6 bulan, rata – rata 4.646 responden. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel non-probabilitas, khususnya purposive sampling, dengan ukuran sampel sebanyak 98 responden. Data yang digunakan mencakup data primer dan sekunder. Pengumpulan data ini dilakukan melalui komunikasi tidak langsung dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup, yang diberikan langsung kepada responden dengan menggunakan skala Likert. Instrument penelitian yang digunakan adalah kuesioner, dan diuji untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data mencakup tabulasi dan deskripsi data. Uji persyarat analisis meliputi uji homogenitas, pengujian normalitas dan linearitas dilakukan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linear sederhana.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- 1. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian
 - a. Tentang Fasilitas (X)

Tabel 15. Skor Jawaban Responden tentang Fasilitas

Kategori	Rentang skor	F	%
Sangat baik	≥ 67,95	2	2,04
Baik	56,65 - < 67,95	40	40,81
Cukup	43,35 - < 56,65	53	54,09
Buruk	34,05 - < 43,35	3	3,06
Sangat buruk	< 34,05	0	0
Jumlah		98	100

Sumber: Hasil Microsoft Excel (2024)

Tabel diatas merupakan fasilitas, 2,04% responden menilai fasilitas tersebut sangat baik, 40,81% menilai baik, 54,09% menilai cukup, dan persentase responden yang menilai buruk adalah 3,06. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan data tentang dasilitas di Up Coffee Lubuk Sikaping dikategorikan **cukup**.

- b. Tentang Minat Beli Ulang (Y)

Tabel 29. Skor Jawaban Responden Tentang Minat Beli Ulang

Kategori	Rentang skor	F	%
Sangat baik	≥ 31,95	9	9,18
Baik	26,65 - < 31,95	35	35,72
Cukup	21,35- < 26,65	51	52,04
Buruk	16,05 - < 21,35	3	3,06
Sangat buruk	< 16,05	0	0
Jumlah		98	100

Sumber: Hasil Microdoft Exel (2024)

Tabel diatas adalah mengenai disiplin kerja, 9,18% responden menilai sangat baik, 35,72% menilai baik, 52,04% menilai cukup, dan persentase responden yang menilai buruk adalah 3,06%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan data tentang minat beli ulang di Up Coffee di Lubuk Sikaping dikategorikan **cukup**.

- 2. Uji Persyaratan Analisi
 - 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak. Untuk memeriksa normalitas data pada variable fasilitas yang berkaitan dengan minat beli ulang, digunakan uji Kolmogorov. Analisis ini dilakukan menggunakan SPSS 25.00, dengan Tingkat signifikansi 0,05 sebagai kriteria untuk menentukan apakah distribusi data dapat diterima. Hasil uji normalitas disajikan dalam table 36 berikut:

Tabel 36. Hasil Uji Normalitas Variabel fasilitas terhadap minat beli ulang
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TX	TY
N		98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	56.6735	26.4184
	Std. Deviation	5.31633	3.08279

Most Extreme Differences	Absolute	.078	.084
	Positive	.078	.072
	Negative	-.050	-.084
Test Statistic		.078	.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.164 ^c	.086 ^c

Sumber :SPSS, 25.00 (2024)

Sesuai tabel di atas, nilai Asump Sig dalam uji normalitas variabel fasilitas adalah 0,164 dan nilai untuk uji minat beli ulang adalah 0,086. Oleh karena itu, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas berhubungan dengan minat beli ulang terdistribusi normal yang diulang.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk menentukan apakah variabel data konsisten di seluruh sampel. Hasil analisis ini ditampilkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 37. Uji Homogenitas
Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
TY	Based on Mean	1.344	18	74	.187
	Based on Median	.732	18	74	.768
	Based on Median and with adjusted df	.732	18	49.807	.763
	Based on trimmed mean	1.314	18	74	.205

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS versi 25.00, 2024

Berdasarkan hasil uji homogenitas yang disajikan dalam tabel, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,205 diperoleh, yang melebihi Tingkat signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi data lebih tinggi dari ambang batas, yang mengidentifikasi bahwa data berasal dari populasi dengan varians yang sama atau bersifat homogen.

3. Uji Linearitas

Uji linearitas ini bertujuan untuk menilai apakah ada hubungan linier yang signifikan antara dua variabel. Uji ini biasanya merupakan prasyarat untuk analisis korelasi atau regresi linier. Hubungan linier antara dua variabel dianggap signifikan jika nilai signifikansi $\geq 0,05$. Hasil analisis regresi linier dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 38. Uji Linearitas
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TY * TX	Between Groups	(Combined)	398.272	23	17.316	2.447	.222
		Linearity	93.904	1	93.904	13.272	.110
		Deviation from Linearity	304.368	22	13.835	1.955	.217
	Within Groups		523.575	74	7.075		
	Total		921.847	97			

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS versi 25.00, 2024

Berdasarkan hasil uji linearitas diatas, diperoleh nilai hasil signifikansi sebesar 0,217 yang lebih besar dari Tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan adanya beberapa hubungan linier yang signifikan antara variabel fasilitas dan minat beli ulang.

3. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji hasil hipotesis dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh fasilitas terhadap minat pembelian beli ulang di *Up Coffee* Lubuk Sikaping. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha: Fasilitas mempengaruhi minat pembelian ulang di *Up Coffee* Lubuk Sikaping.

H0: Fasilitas tidak mempengaruhi minat pembelian ulang di *Up Coffee* Lubuk Sikaping.

Metode uji hipotesis yang digunakan ini dalam penelitian adalah:

- 1) Uji Regresi Linear sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk menilai dampak satu variabel terhadap variabel lainnya. Hasil dari uji ini disajikan dalam table:

Tabel 39. Nilai Signifikansi

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	93.904	1	93.904	10.888	.001 ^b
	Residual	827.943	96	8.624		
	Total	921.847	97			

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS versi 25.00, 2024

Tabel 40. Koefisien Regresi Variabel X terhadap Y

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.930	3.192		4.990	.000
	TX	.185	.056	.319	3.300	.001

Setelah uji regresi linier dilakukan, diperoleh nilai F sebesar 10,888 dengan Tingkat signifikansi $0,001 \leq 0,05$ dan nilai t sebesar 3,300 dengan Tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Ini mengindikasikan bahwa variabel X memiliki dampak pengaruh yang signifikansi terhadap hipotesis nol (H_0) ditolak.

Untuk menilai besarnya koefisien regresi antara variabel fasilitas (X) dan minat beli ulang (Y) lihat persamaan berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 15.930 + 0.185X$$

Berdasarkan koefisien regresi adalah sebesar 0,185 dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ setiap peningkatan 1 unit pada fasilitas (X) akan menyebabkan peningkatan 0,185 uni pada minat beli ulang (Y).

2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variable fasilitas (X) mempengaruhi minat beli ulang (Y). hasil dari uji determinasi ini dapat dilihat dari nilai R square pada analisi regresi linier sederhana:

Tabel 41. Koefisien Determinasi (R square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.319 ^a	.102	.093	2.93673

a. Predictors: (Constant), TX

Sumber: SPSS 25.00, 2024

4. Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian, ditemukan bahwa variable fasilitas mempengaruhi minat beli ulang di Up Coffee Lubuk Sikaping.

1. Fasilitas (X)

Berdasarkan analisi menunjukkan bahwa fasilitas dikategorikan sebagai cukup, dengan persentase 54,09%. Penelitian ini disebabkan oleh Sebagian besar indikator yang termasuk dalam kategori cukup. Indikator-indikator tersebut meliputi: perencanaan khusus, desain ruang, perlengkapan, data Cahaya dan warna, komunikasi grafis, serta unsur pendukung. Data menunjukkan bahwa responden cukup puas dengan pernyataan dalam kuesioner, yang mengindikasikan bahwa fasilitas belum sepenuhnya optimal dan perlu perbaikan lebih lanjut.

2. Minat Beli Ulang (Y)

Hasil dari minat beli ulang dikategorikan sebagai cukup, dengan persentase 52,04%. Ini mencerminkan bahwa Sebagian besar indikator berada dalam kategori cukup, termasuk niat transaksional, niat refresial dan niat preferensial. Analisis data menunjukkan bahwa responden cukup puas dengan pernyataan dalam kuesioner, yang berarti minat beli ulang pengunjung masih kurang dan perlu ditingkatkan.

3. Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Analisi regresi linier ini menunjukkan bahwa nilai F sebesar 10,888 dengan Tingkat signifikansi $0,001 \leq 0,05$ dan nilai t sebesar 3,300 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa variabel X memiliki dampak signifikan terhadap variabel Y. dengan demikian hipotesis H_a diterima dan Hipotesis H_0 ditolak. Koefisien regresi yang diperoleh adalah 0,185 dengan Tingkat signifikansi peningkatan minat beli ulang (Y) sebesar 0,185 uni.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Mengenai temuan penelitian ini tentang dampak fasilitas terhadap minat beli ulang, kesimpulannya dapat diambil sebagai berikut:

1. Fasilitas dikategorikan sebagai cukup, dengan persentase 54,09%.
2. Minat beli ulang juga dikategorikan sebagai cukup, dengan persentase 52,04%
3. Pengaruh variabel fasilitas terhadap minat beli ulang sebesar 10,2%, sementara 89,8% dapat dipengaruhi oleh faktor lain.
4. Hasil dari analisis regresi linier menunjukkan nilai pada F sebesar 10,888 dengan tingkat signifikan $0,0001 \leq 0,05$ dan nilai t sebesar 3,300 dengan Tingkat signifikansi $0,0001 < 0,05$ yang menunjukkan variabel X memiliki dampak signifikan pada variabel Y. Maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak.
5. Persamaan regresi menunjukkan koefisien sebesar 0,185 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang berarti setiap peningkatan 1 unit pada fasilitas (X) akan menyebabkan peningkatan 0,185 unit pada minat beli ulang (Y).

B. Saran

1. Pihak Up Coffee Lubuk Sikaping
Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian ditemukan bahwa fasilitas yang disediakan oleh Up Coffee tidak lengkap, seperti tidak adanya toilet, ruangan indoor, warna minuman yang kurang menarik perhatian, porsi minuman sedikit, perlengkapan yang ada di Up Coffee kurang memadai, tempat parkir yang sangat sempit sehingga mengakibatkan jalan semakin sempit, wifi yang disediakan kurang kencang, oleh sebab itu menyulitkan konsumen yang berkunjung ke Up Coffee Lubuk Sikaping tersebut, banyak dari konsumen yang komplain mengenai fasilitas yang kurang tersebut tetapi masih belum ditanggapi oleh pemiliknya, di harapkan kepada pihak Up Coffee Lubuk Sikaping agar lebih memperhatikan dan memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen, agar adanya rasa nyaman dan puas dari konsumen saat berada di Up Coffee Lubuk Sikaping, dan mampu menganggapi komplain konsumen mengenai fasilitas yang kurang memadai tersebut agar menjadi lebih baik.
Masalah lain yang ditemukan yaitu minat beli ulang, seperti konsumen kurang merekomendasikan kepada kerabat, keluar, media sosial yang diakibatkan oleh fasilitas yang kurang, dan konsumen lebih memilih untuk datang ke tempat lain. Oleh sebab itu pihak manajemen Up Coffee agar lebih memperhatikan dan meningkatkan kebutuhan-kebutuhan yang konsumen perlukan agar konsumen lebih tertarik lagi untuk berkunjung ke Up Coffee, dan dengan sukarela merekomendasikan kepada kerabat, keluarga maupun media sosial.
2. Peneliti Selanjutnya.
Penelitian yang ingin menggali lebih dalam hubungan antara fasilitas dan minat beli ulang disarankan untuk memperdalam kerangka teori dan penelitian lapangan yang mempengaruhi kedua variabel tersebut. Pendekatan ini akan meningkatkan relevansi dan kegunaan penelitian mereka. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi referensi yang berguna bagi peneliti lain yang bekerja di lokasi yang berbeda.
3. Departemen Pariwisata
Diharapkan departemen ini akan memperluas koleksi sumber daya terkait penelitian mahasiswa, sehingga mempermudah mahasiswa dalam melakukan riset pada topik yang mereka pilih. Sumber daya ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan berharga mengenai fasilitas dan minat beli ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. Manajemen Pemasaran. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket TERHADAP Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari. MAGISTRA, 29(99), 73–77. Retrieved from <http://journal.unwidha.ac.id/index.php/MAGISTRA/article/view/882>
- Alnawati, D. E., Nurhidayah, N., & Novianto, A. S. (2024). Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Wisata New Mitra Apel, Kota Batu). E-[4] JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 13(01), 234-244.
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). Journal of Management, 2(2).
- Hasan, Ali. 2013. Marketing dan Kasus-Kasis Pilihan. Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.
- Hellier, Philip K et al. 2003. “Customer repurchase intention; A general Structural Equation Model”. European Journal of Marketing, 37 (11/12), 1762-1800.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2013 Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 11. Erlangga: Jakarta.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2015. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. Erlangga: Jakarta.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(2), 162–170.
- Sugiyono, (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo, S. Pd (ed); ke2 ed)
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, 2016. Service Quality dan satisfaction. Yogyakarta : Andi