

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini era digitalisasi dan globalisasi sudah sangat maju hal itu mempunyai dampak positif dan negatifnya. Dampak positif adalah kita bisa melihat dunia luar menjadi lebih mudah tetapi hal negatifnya kita perlu menyaring informasi dari luar. Seiring perkembangan zaman yang sudah modern hal- hal inovatif dan kreatif pun menjadi sangat banyak. Strategi marketing saat ini dengan majunya era digital italisasi mampu merubah yang awalnya promosi melewati televisi sekarang menyisipkan iklan yang tanpa disadari masuk dalam konten-konten artis.

Perubahan dari lingkungan masyarakat dengan adanya teknologi yang sangat maju ini menjadikan mereka juga menginginkan serba praktis dalam kehidupannya. Masyarakat kadang bosan dengan produk-produk yang kemasan atau cara penyajiannya biasa saja seperti pada umumnya dan masyarakat akan lebih memilih penyajian secara praktis unik dan cepat. Perkembangan bisnis *coffee shop* di Yogyakarta saat ini sudah sangat pesat dan sangat variatif. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya usaha *coffee shop* yang bermunculan di seputar Daerah Istimewa Yogyakarta fenomena ini hadir karena pasar di DIY yang didominasi adanya keberadaan kampus. Sehingga, banyak mahasiswa dari seluruh Indonesia yang datang ke Yogyakarta, menurut survei Bank Indonesia Perwakilan Yogyakarta menyebut, tahun ini ada 357 ribu lebih mahasiswa diploma dan sarjana di kota ini. Dari jumlah itu, sekitar 274 ribu mahasiswa berasal dari luar daerah. Setiap orang punya selera *coffee shop* yang berbeda, begitu juga pada mahasiswa yang

menyukai nuansa *coffee shop* dengan *design* interior lucu ada juga yang menyukai *coffeeshop* karena variasi menu yang unik dan variatif sementara orang tua lebih memiliki nuansa *coffee shop* yang bisa dinikmati bersama keluarga. Dengan adanya perbedaan suasana *coffee shop* yang dimiliki oleh setiap orang menjadi penyebab mengapa tingginya pertumbuhan *coffee shop* di Yogyakarta. Dikutip dari databoks.katadata.co.id, konsumsi kopi dari 2014-2019 menaik dengan jumlah 4400 dan tahun terakhir berjumlah 4800 orang.

Space Coffee Roastery adalah salah satu *coffeeshop* yang sangat terkenal di Yogyakarta. Space roastery berdiri tahun 2016 didirikan oleh William Christiansen dan Elvan Wenas. Space roastery awalnya hanya ruang sangrai dan kedai kecil yang berada di Jalan Magelang. *Founder* space roastery awal membuat ini karena keresahan mereka pada saat itu yang sulit untuk menemukan kopi yang enak pada saat itu. Seiring berjalanya waktu Space Roastery mulai membesarkan kedainya sehingga lebih besar kapasitas pengunjung dan lebih nyaman pula tempatnya, saat ini space roastery juga baru saja membuka cabang keduanya yang berlokasi di jalan mangkubumi tak jauh dari lokasi utamanya. Penjualan di Space Roastery mengalami peningkatan, hal tersebut disebabkan karena Space Roastery juga berkecimpung pada usaha B2B karena memiliki tema “*The Home of Homebrewers Indonesia*” Space Roastery Yogyakarta ini telah memiliki rating bintang 5 pada *e-commerce* Tokopedia dan sebagai star seller di Shopee (Migunani, 2015).

Maka dari itu peneliti akan membuat penelitian berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang di Space Coffee Roastery Jogja”. Penelitian ini merupakan modifikasi dan diambil dari 2 jurnal yang utamanya (Afriyanti & Rahmidani, 2019) dan (Desi Peburiyanti, 2020) adalah Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang, jurnal rujukan lainnya adalah Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggara.

Variabel yang saya tambahkan dalam skripsi saya adalah inovasi produk, variasi produk, kemasan dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah inovasi produk mempengaruhi minat beli ulang di Space Coffee Roastery Jogja?
2. Apakah kemasan mempengaruhi minat beli ulang di Space Coffee Roastery Jogja?
3. Apakah variasi produk mempengaruhi minat beli ulang Space Coffee Roastery Jogja?
4. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli ulang di Space Coffee Roastery Jogja?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap minat beli ulang di Space Coffee Roastery Jogja?
2. Untuk menganalisis pengaruh kemasan terhadap minat beli ulang di Space Coff Roastery jogja.
3. Untuk menganalisis variasi produk terhadap minat beli ulang di Space Coffee Roastery jogja.
4. Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di Space Coffee Roastery jogja.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini bertujuan memberi informasi yang berguna untuk pihak-pihak yang berkepentingan dalam dunia kerja, dalam bidang pendidikan, dalam kehidupan sehari-hari tentang pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, dan Variasi Produk Terhadap dan Beli Ulang didalam kehidupan.

a. Bagi perusahaan

Penulis mengharapkan hasil penelitian dapat memberikan informasi kepada perusahaan atau organisasi dapat merasakan pengaruh dari Inovasi Produk, Kemasan, dan Variasi Produk dan Minat Beli Ulang terhadap perusahaan atau organisasi.

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini semoga dapat membantu menjadi suatu pembelajaran dan dapat diaplikasikan di ilmu pengetahuan di bidang penelitian, terutama yang berhadapan langsung dengan kehidupan masyarakat sehari-hari lebih terperinci dalam bidang Inovasi Produk, Kemasan, dan Variasi Produk dan Minat Beli Ulang.

