

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan dan Lokasi Perusahaan**

Giggle Box Cafe & Resto merupakan salah satu kafe dan restoran di Kota Bandung. Didirikan oleh Ibu Kesuma pada 10 Februari 2010. Ia memberi nama Giggle, karena Ia berharap tempat ini bisa menjadi rumah kedua bagi setiap pengunjung keluarga, teman-teman hingga pasangan-pasangan yang ingin menghabiskan waktu untuk bersantai, bersenang-senang sambil bercerita atau bahkan tempat yang asyik untuk tertawa bersama melepaskan segala rutinitas kehidupan seperti beban pekerjaan, sekolah dan yang lainnya. Akhirnya, hingga tahun 2016 Giggle Box Cafe & Resto telah memiliki 14 Cabang di Kota Bandung. Salah satu cabang yang diteliti oleh penulis beralamat di Jl.Cihampelas No 160. Kafe ini setiap harinya dikunjungi 1.000 orang, terlebih pada akhir pekan atau musim liburan dan memiliki lebih dari 400 pekerja. Giggle Box Café & Resto merupakan grup dari Jonas Photo. Tujuan dari penggabungan satu atap manajemen ini adalah untuk saling menunjang dan menjadi perusahaan yang lebih baik.

#### **1.1.2 Logo Perusahaan**



**Gambar 1.1**  
**Logo Perusahaan**

*Sumber: [www.facebook.com/GiggleBoxID](http://www.facebook.com/GiggleBoxID), diakses 16 september 2016*

### **1.1.3 Visi dan Misi**

#### **a. Visi Giggle Box Cafe & Resto**

“Menciptakan kesenangan bagi orang yang akan makan di Giggle Box Café & Resto”

#### **b. Misi Giggle Box Cafe & Resto**

“Menyediakan makanan yang baik dengan harga yang terjangkau dan menyediakan makanan yang berkualitas”

### **1.1.4 Skala Usaha, Perkembangan Usaha, dan Strategi Secara Umum**

#### **a. Skala Usaha**

Giggle Box Cafe & Resto termasuk pada kafe yang bertaraf nasional karena kafe ini sudah membuka cabang tidak hanya di Kota Bandung tetapi sudah membuka beberapa cabang di luar Kota Bandung seperti Jakarta dan Semarang. Namun, cabangnya masih belum mencakup seluruh wilayah yang ada di Indonesia. Giggle Box cafe & Resto lebih berfokus untuk menyajikan *western food*. Tetapi, disamping itu Giggle Box Café & Resto tetap menyediakan menu khas Indonesia bagi pelanggan yang kurang menyukai *western food*.

#### **b. Perkembangan Usaha**

Kafe ini berdiri pada 10 Februari 2010, awalnya hanya ada di Jalan Progo No 33. Ide awal dari berdirinya Giggle Box Café & Resto adalah pendiri Giggle Box Café & Resto berjalan-jalan di Australia, mencicipi makana disana dan berfikir untuk menyediakan makanan western dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat di Kota Bandung karena beberapa jenis menu café ala barat memang harganya sangat mahal. Oleh karena itu pendiri Giggle Box Cafe & Resto membuat café dengan tempat yang bergaya *american latin style* dan harga makanan yang terjangkau bagi masyarakat Kota Bandung. Hal tersebut dilakukan untuk menghilangkan kesan mahal pada cafe dan resto yang ada dalam benak masyarakat. Nama “Giggle Box” begitu saja terlintas pada benak pendiri café ini. Perusahaan Giggle Box ini adalah Perusahaan milik Keluarga, yang turun – temurun kepada generasi Keluarga. Desain dari Konsep

Giggle Box ini merupakan campur tangan Arsitek dari Singapura dan Australia, yang kebetulan masih kerabat dekat dengan pendiri Giggle Box Café & Resto .

### **c. Strategi Secara Umum**

Dalam menghadapi persaingan dalam usaha kafe dan restoran, Giggle Box Cafe & Resto menerapkan konsep yang unik pada kafe tersebut. Giggle Box Café & Resto tidak hanya memberikan makanan yang berkualitas tetapi juga menjanjikan kenyamanan kepada pengunjung kafe ketika menikmati makanan. Giggle Box Café & Resto membuat kenyamanan tersebut dengan mendesain kafe tersebut bertema *American style* yang *homey* sehingga pengunjung dapat merasakan suasana seperti berada di rumah sendiri. Dengan menggunakan warna pastel yang lembut dan tema floral pada dinding serta furniture yang unik membuat suasana sejuk dan pengunjung betah berlama-lama berada di kafe tersebut.

## **1.1.5 Produk dan Layanan**

### **a. Produk**

Giggle Box Cafe & Resto menawarkan beragam menu kuliner dengan cita rasa yang enak dan lezat. Menu andalan Giggle Box adalah aneka makanan dan minuman khas Indonesia serta menu kuliner Barat. Menu favorit setiap pengunjung yang datang adalah menu kuliner *chicken schitzel*, *chicken vietnam* serta *chicken and creamy corn soup*. Sementara untuk makanan pembuka yang menjadi favorit pengunjung yang telah menjadi langganan cafe ini adalah *fruit salad*, yaitu makanan pembuka yang disajikan di atas kulit lumpia dan digoreng kering sehingga menciptakan rasa yang baru dan unik. Sementara untuk menu minumannya sendiri, favorit di Giggle Box adalah *Triple dupper*, *frappe Chocologio*, *Berry Smoothies* hingga *Ice Cream* nya yang khas dan berbeda dengan yang lainnya di Bandung

### **b. Layanan**

Giggle Box memberikan layanan yang baik kepada para pelanggan. Para karyawan dilatih agar bersikap ramah, cekatan, dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan. Layanan Giggle Box Café & Resto juga didukung oleh sosial

media seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Pelanggan dapat mencari informasi tentang Giggle Box Café & Resto seperti alamat, nomor telepon, daftar menu, dan juga sebagai alat untuk berkomunikasi dengan pelanggan jika terjadi keluhan terhadap pelayanan maupun makanan yang diberikan. Giggle Box Cafe & Resto hingga saat ini sudah mempunyai empat belas cabang yang tersebar di Kota Bandung. Berikut ini adalah daftar *outlet* Giggle Box Cafe & Resto di Bandung

**Tabel 1.1**

**Daftar Cabang Giggle Box Cafe & Resto Bandung**

No	Nama	Alamat	No. Telepon
1	Giggle Box Progo	JL Progo No 34A Bandung	022-7277346
2	Giggle Box BIP	Jl.Merdeka No 56 Bandung Lt 1	022-4219736
3	Giggle Box Ciwalk	Jl.Cihampelas No 160 young street	022-61551900
4	Giggle Box Setiabudhi	Jl.Karang Sari No 3 Setiabudhi	022-2042242
5	Giggle Box Istana Plaza	Jl.Pasirkaliki 121-123	022-76397656
6	Giggle Box Festival Citylink	Jl.Peta No 241 Lt GF	022-61669526
7	Giggle Box Miko Mall	Jl.Kopo Raya No 599	022-61415611
8	Giggle Box Braga Citywalk	Jalan Braga Bandung No 99-101	02291379384
9	Giggle Box Kepatihan	Yogya Kepatihan, Lt 4 Jl. Kepatihan No. 18	085321512219

(Sambungan)

No	Nama	Alamat	No. Telepon
10.	Giggle Box Karangsari	Jl. Karangsari No.3, Pasteur, Sukajadi	082317380196
11.	Giggle Box Gandapura	Jl. Gandapura No.75, Sumur Bandung	085220372343
12.	Giggle Box TSM	Jl.Gatot Subroto No,289 Trans Studio Mall Lt.GF	082115613039
13.	Giggle Box Buah Batu	Terusan Buah Batu No.44A, Batununggal, Bandung Kidul	08122128008
14.	Giggle Box Burangrang	Jl. Burangrang No.32, Burangrang, Lengkong	082317594650

Sumber: [www.facebook.com/GiggleBoxID](http://www.facebook.com/GiggleBoxID) diakses 16 september 2016

## 1.2 Latar Belakang Masalah

Ekonomi kreatif di Indonesia merupakan sektor yang menjanjikan karena dapat membawa kemajuan dan kesejahteraan bagi masyarakat. Indonesia mempunyai potensi yang menjanjikan dalam industri ini karena Indonesia memiliki keanekaragaman budaya yang dapat menghasilkan kreatifitasnya sendiri. Salah satu sektor ekonomi kreatif yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi kreatif adalah sektor kuliner. Sektor kuliner menjadi produk tertinggi yang menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 33 persen. (Sumber: [www.antaranews.com](http://www.antaranews.com), diakses 18 September 2016)

Saat ini, Masyarakat Indonesia sudah banyak yang tertarik untuk berwirausaha. Masyarakat Indonesia telah mulai membangun berbagai macam usaha seperti menciptakan produk kreatif dan unik, jasa, pariwisata, dan tekstil. Perkembangan Industri makanan juga sangat pesat ditandai dengan banyaknya restoran dan kafe yang bermunculan di Indonesia. Hampir disepanjang jalan di Indonesia khususnya kota – kota besar banyak ditemukan restoran dan kafe. Hal ini terjadi karena makanan adalah kebutuhan utama bagi manusia.

Kota Bandung adalah salah satu kota besar yang ada di Indonesia. Kota Bandung terkenal dengan kulinernya yang unik dan lezat. Banyak wisatawan yang berkunjung ke Bandung untuk menikmati kuliner Bandung. Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Bandung menjadi peluang bagi para wirausahawan untuk membangun berbagai industri kuliner yang menarik dan unik. Untuk menghadapi persaingan dalam industri kuliner, para wirausahawan mencoba untuk membuat restoran atau kafe yang tidak hanya menawarkan makanan yang berkualitas tetapi juga menawarkan kenyamanan kepada pengunjung restoran tersebut.

Saat ini, restoran tidak hanya berfokus memperhatikan makanan yang ditawarkan saja. Tetapi para pemilik restoran berusaha menciptakan kenyamanan kepada pelanggan dengan melengkapi fasilitas penunjang pada restoran tersebut. Dilihat dari defenisi restoran menurut Soekresno dalam Kesumawardani (2012:18), kafe atau restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman bagi umum dan dikelola secara professional. Kini semakin banyak restoran yang dikelola secara profesional dilihat dari banyaknya restoran yang menyediakan fasilitas tambahan untuk dinikmati oleh pelanggan. Berikut adalah data dari Badan Pusat Statistik yang menunjukkan presentase banyaknya perusahaan/usaha restoran/rumah makan berskala menengah dan besar menurut jenis fasilitas yang tersedia di Provinsi Jawa Barat, Tahun 2014.

**Tabel 1.2**  
**Presentase Banyaknya Perusahaan/Usaha Restoran/Rumah Makan**  
**Berskala Menengah dan Besar Menurut Jenis Fasilitas yang Tersedia di**  
**Provinsi Jawa Barat, Tahun 2014**

Provinsi	Jenis Fasilitas				
	Pendingin Ruangan (AC)	Ruang Khusus VIP	Kartu Peduli Tamu	Tempat Cuci Tangan	Ruang Tunggu Tamu
Jawa Barat	60,81	20,27	32,43	93,92	35,14
	Wifi	Kamar Kecil Pria	Kamar Kecil Wanita	Area Parkir	Keamanan
	57,43	78,38	79,05	82,43	69,59

Sumber: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), diakses 17 September 2016

Dari tabel 1.2, dapat disimpulkan bahwa hampir 50% restoran di Provinsi Jawa Barat telah melengkapi fasilitas tersebut. Tabel 1.2 menjelaskan tentang kelengkapan fasilitas yang harus dimiliki oleh restoran di Provinsi Jawa Barat. Hampir semua restoran di Jawa Barat memiliki pendingin ruangan (AC), tempat cuci tangan, wifi, kamar kecil pria dan wanita, dan area parkir. Tetapi, masih banyak restoran di Jawa Barat yang belum memiliki fasilitas ruangan khusus VIP, kartu peduli tamu, ruang tunggu tamu, dan keamanan.

Restoran merupakan salah satu usaha dalam bidang jasa. Karena jasa bersifat *intangible*, maka perusahaan harus menunjukkan bukti fisik (*physical evidence*) yang dapat menarik konsumen pada produk jasanya agar memudahkan konsumen dalam mengevaluasi produk jasa yang akan mereka pilih. Hal ini dapat dijadikan salah satu strategi perusahaan agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Menciptakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk jasa dapat dilakukan

dengan membentuk suatu fasilitas fisik (*servicescape*) yang merupakan bagian dari *physical evidence* yang akan membuat konsumen tertarik.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:120) *servicescape* adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyediaan jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu. Menurut Lovelock & Wirtz (2011:277) *servicescapes* berhubungan dengan gaya dan penampilan dari lingkungan fisik dan unsur experiential lainnya yang dihadapi oleh pelanggan pada saat pelayanan.

Menurut Lovelock & Wirtz (2011:284) dimensi-dimensi yang terdapat dalam *servicescape* meliputi *ambient condition* (suhu udara, musik, pencahayaan, suasana, pakaian karyawan, dan kebersihan), *spatial layout and functionally* (layout ruangan, peralatan, furnitur), *signs, symbols, and artifacts* (logo dan lambang). Dalam bisnis restoran, *servicescape* meliputi ruangan, tempat duduk, meja, daftar menu, toilet, seragam pramuniaga, tanda petunjuk (tanda kasir, toilet), penerangan ruangan, sirkulasi udara, peralatan makan, dan yang lainnya.

*Servicescape* sangat penting bagi sebuah restoran, karena konsumen ingin menikmati makanan dengan keadaan yang nyaman. Keadaan restoran yang bersih, furniture yang unik, suasana yang nyaman akan membuat konsumen senang berada di restoran tersebut. Saat ini, untuk menarik konsumen banyak restoran yang menawarkan konsep yang unik sehingga konsumen tertarik untuk berkunjung ke restoran tersebut. Penggunaan konsep pada restoran dilakukan agar menciptakan ekspektasi yang baik dari konsumen terhadap restoran tersebut.

Kenyamanan pada sebuah restoran akan menciptakan suatu kepuasan pada konsumen yang membuat konsumen berminat untuk membeli kembali. Minat (*intention*) merupakan keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli ulang suatu produk, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai yang diinginkan dari suatu produk. Merek yang sudah melekat dihati pelanggan akan menyebabkan pelanggan melanjutkan pembelian atau pembelian ulang menurut Nurhayati & Murti (2012:7).



Menurut Ferdinand dalam jurnal Setyaningsih et al (2012:36) mengemukakan bahwa terdapat empat indikator untuk mengukur minat beli ulang yaitu, minat trasaksional, minat eksploratif, minat prefensial, dan minat referensial. Minat beli ulang sangat penting bagi sebuah perusahaan karena jika konsumen tidak tertarik membeli ulang suatu produk maka perusahaan akan mengalami kerugian akibat tidak adanya konsumen yang membeli produk tersebut secara berulang.

Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk, Bandung termasuk salah satu resto di kota Bandung yang memiliki keunikan dari bukti fisik yang membuat konsumen tertarik. Restoran Giggle Box berlokasi di salah satu mall yang terbesar di Kota Bandung yang letaknya cukup strategis dan mudah dijangkau oleh banyak orang. Lokasi Giggle Box Café & Resto yang berada di Cihampelas Walk memudahkan restoran ini untuk membidik target pasarnya. Target pasar Giggle Box adalah para keluarga yang berlibur atau remaja yang sedang berkumpul bersama teman-temannya yang sedang mengunjungi mall Cihampelas Walk.

Resto ini sudah mendesain *servicescape* dengan mengangkat tema *American style* untuk pengaturan suasana resto, penataan meja dan kursi untuk kenyamanan pengunjung yang tersedia dari sofa, meja makan biasa, hingga konsep bar, sehingga konsumen dapat memilih tempat yang sesuai dengan keinginan konsumen. Keunikan suasana yang dibangun Giggle Box merupakan salah satu strategi bersaing yang bisa mendiferensiasikan restoran tersebut dengan restoran lainnya (*Hasil wawancara dengan manager toko*).

Peneliti memilih melakukan penelitian pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk, pertama peneliti melakukan survei untuk memilih Giggle Box mana yang akan diteliti dari 14 cabang Giggle Box Café & Resto di Bandung. Peneliti menyebar kuisisioner kepada 42 responden dan Giggle Box Cihampelas Walk mendapat persentase tertinggi yaitu 28,6%. Alasan kedua adalah karena letak Giggle Box yang berada pada salah satu mall yang paling banyak diminati di Kota Bandung yang letaknya cukup strategis dan mudah dijangkau oleh banyak orang.

Pada survei tersebut peneliti mencantumkan pertanyaan kepada responden untuk mengetahui alasan responden mengunjungi Giggle Box yang ada di Bandung. Hasil survei menyatakan 42,85% responden menjawab alasan mereka mengunjungi Giggle Box Café & Resto adalah karena tempat dan suasana yang nyaman. Hal ini sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh Giggle Box kepada para konsumennya.

Giggle Box ingin menciptakan Susana senyaman mungkin bagi keluarga yang sedang berkumpul atau bagi para remaja yang sedang berkumpul bersama- sama di restoran tersebut. Giggle Box sangat memperhatikan kenyamanan bagi konsumen, mulai dari furnitur yang unik dan nyaman, pilihan musik yang lembut, pencahayaan yang menyejukkan mata, hingga konsep restoran yang membuat konsumen seperti berada di rumah yang mereka impikan. Giggle Box ingin konsumen merasakan bahwa restoran tidak hanya sebagai tempat makan tetapi juga sebagai tempat berkumpul bersama keluarga dan sahabat seperti layaknya rumah sendiri. Hal tersebut terlihat bertolak belakang, karena orang pada umumnya pergi ke restoran hanya untuk menikmati atau memenuhi kebutuhan makanannya.

Konsep dan tata ruang dari Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk, Bandung dapat dilihat pada gambar:



**Gambar 1.2**

**Bagian Luar Kafe**

*Sumber: Giggle Box Café & Resto*



**Gambar 1.3**

**Area Kafe Bagian Dalam**

*Sumber: Giggle Box Café & Resto*



**Gambar 1.4**

**Area Kafe Bagian Luar**

*Sumber: Giggle Box Café & Resto*

Untuk dapat mengetahui tanggapan responden tentang *servicescape* Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung, pada tanggal 4 Oktober 2016 dengan menggunakan kuisioner, penulis melakukan survei awal kepada 30 orang responden yang pernah mengunjungi Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung. Hasil survei tersebut dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini:

**Tabel 1.3**  
**Hasil Pra Survei**

<b>Dimensi Servicescape</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>	
		<b>Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>
<i>Ambient Condition</i>	Konsep yang ditawarkan Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung adalah nyaman, meliputi: pencahayaan, suhu udara ruangan, musik, dan lain-lain.	100%	0%
<i>Spatial Layout and Funtionality</i>	Lokasi Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung mudah dicapai oleh konsumen.	93,3%	6,7%
<i>Signs, Symbols, and Artifacts</i>	Logo Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung mudah terlihat dari jalan.	96,7%	3,3%
	Pengunjung berminat untuk kembali mengunjungi Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung.	96,7%	3,3%

*Sumber: Olahan peneliti (2016)*

Berdasarkan hasil survei awal pada tabel 1.3 di atas, dapat diketahui bahwa *servicescape* pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung belum sepenuhnya mendapat tanggapan yang baik dari responden. Hal ini dapat dilihat dari masih adanya tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan-pernyataan terkait *servicescape* pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung, terutama untuk pernyataan tentang dimensi *spatial layout and functionality*. Sebanyak 6,7% responden menyatakan lokasi Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung tidak mudah dicapai oleh konsumen. Hal ini disebabkan karena lokasi Giggle Box Café & Resto di Cihampelas Walk tidak terletak pada jalan utama atau pada pintu masuk *mall* Cihampelas Walk sehingga mempersulit konsumen untuk menemukan Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung.

Pernyataan yang mendapatkan tanggapan responden yang kurang baik lainnya yaitu pada dimensi *signs, symbols, and artifacts* yaitu sebanyak 3,3% responden

menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan tentang logo Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung mudah terlihat dari jalan. Hal ini disebabkan karena tidak adanya logo Giggle Box Café & Resto yang ditampilkan didepan atau di jalan utama *mall* Cihampelas Walk. Penempatan logo Giggle Box Café & Resto dirasa kurang tepat sehingga logo tersebut tidak terlihat jelas oleh konsumen.

Berdasarkan hasil survei di atas didapatkan hasil yang bagus mengenai *servicescape* Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk. Untuk lebih mengetahui *servicescape* Giggle Box Cihampelas Walk secara lebih lengkap peneliti melakukan wawancara kepada konsumen Giggle Box Café & Resto. Konsumen mengatakan dalam Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk tidak bisa mengatasi kebisingan dari luar sehingga pelanggan tidak bisa mendengarkan musik yang dimainkan Giggle Box dengan jelas. Konsumen juga mengatakan bahwa fasilitas tempat duduk kurang memadai untuk menampung konsumen yang datang dengan kelompok atau rombongan yang banyak. Serta konsumen merasa ruangan indoor Giggle Box tidak terlalu tertutup sehingga masih bisa mendengar suara kebisingan dari luar kafe. Untuk informasi mengenai Giggle box juga masih sulit didapatkan melalui media sosial sehingga konsumen merasa kesulitan mendapatkan info terbaru mengenai Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk.

Adanya pernyataan responden yang kurang baik ini merupakan permasalahan yang harus dicari solusinya oleh Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung, karena akan memberikan dampak kepada minat beli ulang konsumen untuk mengunjungi Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung dan apabila hal ini dibiarkan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan di masa yang akan datang.

Bisnis restoran sangat erat hubungannya dengan kenyamanan, kebersihan dan penentuan lokasi. Oleh karena itu, sangat penting bagi sebuah restoran untuk memperhatikan *servicescape*. Kenyamanan pada sebuah restoran akan menciptakan suatu kepuasan pada konsumen yang membuat konsumen berminat untuk membeli kembali. Pada dasarnya minat beli ulang merupakan suatu perilaku seseorang yang disebabkan oleh perilaku masa lalu (pengalaman konsumsi) yang secara langsung

mempengaruhi minat untuk mengkonsumsi ulang pada waktu yang akan datang (Hasan 2013:131).

Hal ini telah dibuktikan oleh Harnawan Angga Thama dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh *servicescape* terhadap minat beli ulang pada Verde Resto and Lounge Bandung yang menyimpulkan bahwa variabel *servicescape* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang sebesar 76,5%.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, permasalahan ini layak untuk dilakukan penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Pada Konsumen Giggle Box Cafe & Resto Cihampelas Walk Bandung)”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *servicescape* pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung?
2. Bagaimana minat beli ulang konsumen pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh *servicescape* yang terdiri dari *ambient condition, spatial layout and functionality, dan signs, symbols, and artifacts* secara simultan terhadap minat beli ulang konsumen pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh *servicescape* yang terdiri dari *ambient condition, spatial layout and functionality, dan signs, symbols, and artifacts* secara parsial terhadap minat beli ulang konsumen pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. *Servicescape* pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung.
2. Minat beli ulang konsumen pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung.
3. Besarnya pengaruh *servicescape* yang terdiri dari *ambient condition, spatial layout and functionality, dan signs, symbols, and artifacts* secara simultan terhadap minat beli ulang konsumen pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung.
4. Besarnya pengaruh *servicescape* yang terdiri dari *ambient condition, spatial layout and functionality, dan signs, symbols, and artifacts* secara parsial terhadap minat beli ulang konsumen pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan di bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan *servicescape* yang dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Disamping itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan bagi penelitian berikutnya.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan, terutama untuk mengembangkan strategi *servicescape* yang lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut.

## **BAB I. PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis.

## **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

## **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh servicescape terhadap minat beli ulang konsumen pada Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung.

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan.