

Faktor-faktor yang menentukan minat beli konsumen di cafe 70's plate kitchen denpasar bali

Julia Jeansmory Wijaya¹⁾, Ida Bagus Ketut Astina²⁾, Agus Muriawan Putra³⁾.

Program Studi Diploma IV Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Jl. Dr. Goris No. 7, Denpasar

Email: juliajeansmory@gmail.com

Abstrak

70's Plate Kitchen resmi beroperasi pada 9 Februari 2019 dan berlokasi di Jl. Raya Sesetan No. 174AB, Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan mengetahui faktor-faktor yang menentukan minat beli konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen. Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jenis datanya adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik penentuan sampel Slovin dengan cara pengambilan sampel *incidental sampling* sebanyak 100 responden. Karakteristik konsumen didominasi oleh 70% dari Bali, tingkatan usia 13 hingga 22 tahun (64%), perempuan (56%), lulusan SMA/SMK (56%), pekerjaan 53% pelajar/mahasiswa, pendapatan 56% <Rp2.500.000, referensi dari teman/keluarga konsumen (78%), alasan datang berkunjung untuk bersantai/nongkrong (59%), serta jumlah kedatangan paling banyak konsumen satu kali datang berkunjung (67%). Hasil analisis faktor menunjukkan secara keseluruhan minat beli konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen memperoleh nilai rata-rata 4,06 (kategori baik). Indikator atmosfer restoran mendapatkan nilai rata-rata tertinggi, yaitu 4,26 (sangat baik). Selanjutnya, indikator kualitas makanan memperoleh nilai rata-rata 4,19 (baik), indikator harga memperoleh nilai rata-rata 3,99 (baik), indikator kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata 3,96 (baik), serta indikator lokasi memperoleh nilai rata-rata 3,91 (baik). Terdapat 6 faktor yang terbentuk, yaitu faktor 1 (atmosfer restoran), faktor 2 (harga), faktor 3 (kualitas pelayanan), faktor 4 (kualitas makanan), faktor 5 (lokasi), dan faktor 6 (lokasi strategis). Faktor dominan yang menentukan minat beli konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen adalah faktor atmosfer restoran, sedangkan faktor terendah adalah faktor lokasi strategis.

Kata kunci: Minat Beli Konsumen, Analisis Faktor

Abstract

Cafe 70's Plate Kitchen officially opened on 9 February 2019 and located at Raya Sesetan Street No. 174AB, Denpasar. This cafe is a new cafe which need information about consumer characteristics and factors on consumer buying interest to compete with other restaurants. Data source of this research are prime data and secondary data. Variety data are quantitative data and qualitative data. This research use quantitative descriptive as analysis method and Slovin as sampling technique with insidental sampling way to find the sample. This research use 100 respondents. Consumer characteristics based on origins are originated mostly from Bali (70%), mostly from 13-22 years old (64%), mostly women (56%), mostly high school graduate (56%), mostly student (53%), mostly earn under Rp2.500.000 (56%), mostly from friends or family (78%), mostly for hang out (59%), and mostly came by once (67%). Total result of factor analysis of consumer buying interest scores 4,06 with category of good. Indicator of restaurant atmospher scores 4,26 (very good). Food quality scores 4,19 (good), price scores 3,99 (good), service quality scores 3,96 (good), and location scores 3,91 (good). This research use 20 indicators for the questionnaire. There are 6 factors made that attract consumer buying interest which are atmosphere factor, price factor, service quality factor, location factor and location strategy factor. Factor that dominate consumer buying interest at 70's Plate Kitchen Cafe is atmosphere factor and the factor that least affect consumer buying interest at 70's Plate Kitchen Cafe is location strategy factor.

Key Words: Consumer Buying Interest, Factor Analysis

1. PENDAHULUAN

Pariwisata dewasa ini telah menjadi salah satu sektor yang terus dikembangkan oleh pemerintah dan menjadi sektor yang pertumbuhannya dinilai tumbuh dengan pesat di Indonesia. Pada acara Jumpa Pers Akhir Tahun 2018 lalu, mantan Menteri Pariwisata, Arief Yahya menyatakan bahwa Indonesia mengalami pertumbuhan sektor pariwisata berkelanjutan dengan ukuran yang lebih besar dalam beberapa tahun terakhir, yaitu mencapai pertumbuhan sebesar 25,68%. WTTC (*World Travel and Tourism Council*) menyatakan bahwa hal tersebut membuat Indonesia menempati urutan pertumbuhan sektor pariwisata tercepat ke-9 di dunia, nomor 3 di Asia, dan nomor 1 di Asia Tenggara (www.goodnewsfromindonesia.id). Perkembangan pariwisata tersebut terbukti mampu memberikan dampak positif dengan adanya perubahan besar dalam menggerakkan perekonomian daerah dan memberikan kesejahteraan masyarakat. Sektor pariwisata memberikan dampak dalam pendapatan perkapita dan penambahan devisa negara, sehingga perkembangan sektor pariwisata turut mendongkrak perekonomian Indonesia.

Industri pariwisata menjadi penyumbang devisa terbesar ke-2, setelah hasil ekspor kelapa sawit dan diperkirakan akan menjadi penyumbang devisa terbesar, mengungguli devisa hasil ekspor kelapa sawit pada tahun 2019. Menurut mantan Menteri Pariwisata, Arief Yahya, Bali menjadi penyumbang devisa terbesar untuk sektor pariwisata dengan memberikan kontribusi sebesar 40% dari devisa Indonesia. Bali sendiri telah dikenal sebagai destinasi wisata oleh dunia internasional di mana kekentalan budaya, adat istiadat, dan kesenian yang beraneka ragam, serta keindahan alam yang mempesona, mengundang keinginan para wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara untuk datang dan melihat secara langsung Bali dengan segala kelebihannya. *Tripadvisor* menobatkan Bali sebagai salah satu dari *Best Destinations in The World*, menempati peringkat ke-5 setelah London (Inggris), Paris (Perancis), Roma (Italia), dan Crete (Yunani) dari 25 negara yang terpilih, mengalahkan Phuket (Thailand), Barcelona (Spanyol), Dubai (United Arab Emirates), dan negara destinasi pilihan lainnya pada ajang *Travellers' Choice Award 2019*.

Peningkatan jumlah wisatawan yang datang berkunjung, tentunya harus diikuti dengan fasilitas penunjang pariwisata yang memadai. Fasilitas penunjang pariwisata dibutuhkan untuk mendorong perkembangan pariwisata di suatu destinasi wisata dan mempermudah wisatawan untuk datang berkunjung dan menikmati destinasi wisata tersebut. Salah satu fasilitas penunjang pariwisata adalah restoran. Restoran adalah suatu tempat di mana seseorang yang datang menjadi tamu akan mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan, baik pagi, siang, ataupun pada malam hari sesuai dengan waktu operasionalnya dan oleh tamu yang menikmati hidangan itu harus membayar sesuai dengan harga yang ditentukan/disediakan di restoran tersebut (Aprilia : 2018). Pada penelitian ini lokasi restoran yang diteliti berada di Kota Denpasar. Kota Denpasar sebagai ibu kota dari Pulau Bali tentunya menjadi pilihan destinasi wisata bagi wisatawan yang berkunjung ke Bali. Kota Denpasar merupakan pusat berbagai aktivitas ekonomi, pendidikan, dan pariwisata. Sebagai destinasi pariwisata, Kota Denpasar memiliki keunggulan tersendiri dikarenakan letaknya yang strategis di sentral Pulau Bali, serta Kota Denpasar memiliki objek dan daya tarik wisata yang tidak kalah menarik dengan daerah lainnya yang ada di Bali. Perkembangan jumlah restoran di Kota Denpasar mengalami sedikit penurunan dari tahun 2015 ke tahun 2016, jumlah restoran di Kota Denpasar berkurang sebanyak 11 restoran, dari 499 restoran menjadi 439 restoran. Berkurangnya jumlah restoran dapat disebabkan oleh berbagai hal. Menurut Sukandar (2018), suatu restoran dapat berhenti beroperasi dikarenakan tidak mampu menangkap kebutuhan konsumen, berhenti melakukan inovasi, ada rasa ketakutan berlebihan, terlalu fokus pada pengembangan produk, terlilit utang, atau mengabaikan pergerakan kompetitor. Pengabaian pergerakan kompetitor ini didampingi oleh tingkat persaingan yang tinggi. Kondisi pasar yang kompetitif dan dinamis akan mengakibatkan setiap perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkungan bisnisnya.

Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya

ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar dengan tujuan berupaya meraih keunggulan kompetitif terhadap para perusahaan pesaing (Arifianto, 2005). Perusahaan pada penelitian ini dapat diartikan menjadi restoran. Restoran perlu memiliki daya saing agar dapat berkompetisi dengan restoran lainnya. Menurut Gentile dkk (2007), salah satu hal utama yang perlu dilakukan untuk memiliki daya saing tersebut adalah dengan berfokus terhadap konsumen, yaitu dengan menarik/ menimbulkan minat beli konsumen. Minat beli merupakan kekuatan pendorong atau sebagai motif yang bersifat instristik yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan, dan selektif pada suatu produk untuk kemudian mengambil keputusan membeli (Engel dkk dalam Helmi NST, 2015 : 5).

Penelitian ini bertempat di 70's Plate Kitchen yang berlokasi di Jl. Raya Sesetan No. 174 AB, Sesetan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. 70's Plate Kitchen merupakan restoran berjeniskan cafe, yaitu tempat untuk makan dan minum dengan sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana yang santai atau tidak resmi. Cafe 70's Plate Kitchen menjadi unggulan untuk tempat bersantai/ nongkrong anak muda dengan varian menu yang memiliki harga terjangkau, yaitu dari kisaran harga Rp7.000 hingga Rp37.000 per menunya. Jumlah penjualan produk makanan dan minuman Cafe 70's Plate Kitchen pada bulan April 2019 diketahui sebanyak 2.250 produk makanan dan minuman terjual. Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* Cafe 70's Plate Kitchen, Bapak Yan, jumlah kedatangan konsumen per harinya paling sedikit 30 konsumen dan paling maksimal adalah 50 konsumen, sehingga dapat disimpulkan jumlah kedatangan konsumen per bulannya adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Jumlah Kedatangan Konsumen ke Cafe 70's Plate Kitchen pada Bulan Mei Hingga Juli 2019

No	Bulan	Jumlah Konsumen (Orang)
1	Mei	1.550
2	Juni	1.500
3	Juli	1.550
Total		4.600

Sumber: Hasil wawancara dengan *owner* Cafe 70's Plate Kitchen, Bapak Yan (2019)

Berdasarkan Tabel 1 diatas, dapat dilihat jumlah kedatangan konsumen maksimal perbulannya 1.500 konsumen hingga 1.550 konsumen dengan perhitungan jumlah konsumen yang datang berkunjung per harinya paling banyak/ maksimal 50 konsumen datang berkunjung. Cafe 70's Plate Kitchen sendiri dengan luas 110 m² dapat menampung 86 konsumen. Hal ini membuktikan bahwa Cafe 70's Plate Kitchen belum memenuhi target konsumen yang datang perharinya, yaitu 86 dikali dengan 2 (makan siang dan makan malam) yang menghasilkan target konsumen Cafe 70's Plate Kitchen perharinya adalah 172 konsumen.

Cafe 70's Plate Kitchen resmi beroperasi mulai tanggal 9 Februari 2019 lalu dan dapat dikategorikan sebagai restoran baru. Sebagai restoran baru, Cafe 70's Plate Kitchen belum memiliki konsumen tetap/ pelanggan, sehingga Cafe 70's Plate Kitchen berupaya menarik minat konsumen dengan cara menyelenggarakan event pertamanya yang bertajuk "Comedy Parade" pada tanggal 22 Juni 2019. Namun, dengan diselenggarakannya *event* tersebut belum dapat menarik minat beli konsumen untuk mencapai target jumlah kedatangan konsumennya, yaitu perharinya 172 konsumen. Hal tersebut dibuktikan dari Tabel 1.4, jumlah konsumen bulan Juni 2019 dan Juli 2019 tidak meningkat dari bulan sebelumnya, yaitu jumlah konsumen pada bulan Mei 2019.

Maka dari itu, penelitian ini mengambil judul penelitian "Faktor-Faktor yang Menentukan Minat Beli Konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen Denpasar Bali".

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Cafe 70's Plate Kitchen. Cafe ini berlokasi di Jl. Raya Sesetan No. 174AB, Sesetan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Terdapat tiga karakteristik konsumen yang dapat dilihat dari demografis, psikologis, dan sosial. Terdapat 5 indikator yang dipecah menjadi 20 sub indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Indikator pertama yang digunakan adalah kualitas makanan, dengan empat sub indikator yaitu kualitas dalam hal rasa makanan dan minuman, kuantitas atau porsi makanan, variasi makanan yang ditawarkan, dan kebersihan makanan dan minuman terjamin. Indikator kedua yaitu harga dengan empat sub indikator yaitu harga yang terjangkau, harga sesuai dengan pelayanan, adanya potongan harga, dan perbandingan harga dengan restoran lainnya. Indikator ketiga yaitu lokasi dengan empat sub indikator yaitu lokasi strategis dekat dengan fasilitas umum, dekat dengan destinasi wisata, lokasi restoran berada di pusat keramaian, dan lokasi restoran yang mudah dijangkau. Indikator keempat yaitu atmosfer restoran dengan empat sub indikator yaitu desain interior dan eksterior yang menarik, suasana restoran yang modern, keamanan dan kenyamanan yang terjamin, dan lahan parkir yang luas. Indikator kelima yaitu kualitas pelayanan dengan empat sub indikator yaitu kesopanan dan keramahan pelayan dalam melayani konsumen, keterampilan pelayan dalam memberikan informasi kepada konsumen, cara penyajian makanan dan minuman dengan baik, dan kecepatan pelayanan dalam menanggapi keluhan konsumen.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Pengumpulan sampel dilakukan dengan *incidental sampling*, pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 100 responden. Teknik Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis faktor.

Analisis faktor adalah teknik analisis faktor merupakan suatu teknik analisis faktor di mana secara apriori berdasarkan teori dan konsep yang sudah diketahui, dipahami, dan ditentukan sebelumnya, maka dibuat sejumlah faktor yang akan dibentuk, serta variabel yang termasuk dalam masing-masing faktor dibentuk dengan tujuan yang sudah pasti (Widarjono, 2015 : 189). Tujuan utama analisis faktor adalah untuk mencari seminimal mungkin faktor dengan prinsip kesederhanaan atau parsimoni yang mampu menghasilkan korelasi antar indikator, sehingga dapat mengetahui faktor-faktor yang menentukan minat beli konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen. Terdapat beberapa langkah yang harus diambil antara lain:

- a. Merumuskan masalah
- b. Pemeriksaan Matriks Korelasi
Pengujian yang harus dilakukan dengan :
 1. *Barlett's test of sphericity*
 2. Uji *Kaiser Meyer Olkin (KMO)*
 3. Uji *Measure of Sampling (MSA)*
- c. Menentukan jumlah faktor
- d. Rotasi faktor
- e. Interpretasi faktor

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Cafe 70's Plate Kitchen Denpasar Bali

Cafe 70's Plate Kitchen merupakan usaha keluarga Pak Yan, *owner* Cafe 70's Plate Kitchen yang resmi dibuka sejak 9 Februari 2019. Cafe 70's Plate Kitchen berlokasi di Jl. Raya Sesetan No.174AB, Sesetan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali memiliki luas bangunan 110 m² yang dapat menampung konsumen maksimal sebanyak 86 konsumen, serta terdiri dari 3 lantai, yaitu pada lantai satu terdapat *kitchen*, *chasier section*, *toilet*, dan *sitting area* untuk konsumen. Lantai 2 terdapat *toilet* dan *sitting area* untuk konsumen cafe. Sedangkan lantai 3 khusus untuk *office* dan loker karyawan. Cafe 70's Plate Kitchen memiliki jam buka dari jam 11 siang hingga

10 malam (WITA) pada hari Senin hingga hari Jumat dan jam 11 siang hingga 11 malam (WITA) pada hari Sabtu dan hari Minggu. Cafe 70's Plate Kitchen memiliki varian menu dari *main menu*, seperti *pasta*, *rice bowl* hingga *dessert* dan *snacks*/ makanan ringan, serta pilihan minuman. Menu Cafe 70's Plate Kitchen berkisar dari harga Rp7.000 hingga Rp37.000 per menunya. Karyawan yang bekerja di Cafe 70's Plate Kitchen memiliki total 12 karyawan yang terdiri dari 9 tenaga kerja laki-laki dan 4 tenaga kerja perempuan.

Karakteristik Konsumen Cafe 70's Plate Kitchen Denpasar Bali

Berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner yang disebarakan secara menyeluruh maka dapat diketahui gambaran karakteristik konsumen Cafe 70's Plate berdasarkan asal konsumen yang paling dominan yaitu berasal dari Bali sebesar 70%, karakteristik berdasarkan tingkatan usia 13 hingga 22 tahun (64%), karakteristik berdasarkan jenis kelamin, yaitu perempuan (56%), berdasarkan pendidikan terakhir, yaitu lulusan SMA/ SMK (56%), berdasarkan pekerjaan 53% pelajar/ mahasiswa, berdasarkan pendapatan 56% <Rp2.500.000, berdasarkan referensi dari teman/ keluarga konsumen (78%), berdasarkan alasan datang berkunjung untuk bersantai/ nongkrong (59%), serta karakteristik berdasarkan jumlah kedatangan paling banyak konsumen satu kali datang berkunjung (67%).

Faktor-Faktor yang Menentukan Minat Beli Konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen Denpasar Bali

Berdasarkan hasil uji validasi dan uji reliabilitas menunjukkan instrumen yang diajukan kepada konsumen Cafe 70's Plate Kitchen diperoleh hasil yang valid dan *reliable* dalam 16 indikator pertanyaan dari 20 indikator pertanyaan yang diajukan, sehingga hasil yang didapat dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dinyatakan layak.

Analisis Pengujian Instrumen

Menurut Sugiyono (2016), instrumen dinyatakan valid ketika berhasil diujikan dengan alat ukur sebagai meteran untuk mengungkap indikator pertanyaan yang diajukan. Uji validasi bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat merupakan alat yang tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur. Hasil uji validasi ini menggunakan 100 orang responden yang diteliti. Hasil uji validasi dinyatakan valid apabila koefisien korelasi (r_{hitung}) lebih besar dari angka ketetapan tabel korelasi, yaitu sebesar 0,3 (r_{tabel}). Pada penelitian ini 20 instrumen akan diuji berdasarkan indikator pertanyaan dengan kode X1.1 hingga X5.4. Hasil uji validasi penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Output Pengujian Validasi

No	Sub Indikator	Nilai	Status Validasi
1	X1.1	0,426	Valid
2	X1.2	0,333	Valid
3	X1.3	0,344	Valid
4	X1.4	0,437	Valid
5	X2.1	0,429	Valid
6	X2.2	0,470	Valid
7	X2.3	0,259	Tidak Valid
8	X2.4	0,458	Valid
9	X3.1	0,310	Valid
10	X3.2	0,321	Valid
11	X3.3	0,088	Tidak Valid
12	X3.4	0,304	Valid
13	X4.1	0,557	Valid
14	X4.2	0,534	Valid
15	X4.3	0,484	Valid
16	X4.4	0,466	Valid
17	X5.1	0,549	Valid
18	X5.2	0,404	Valid
19	X5.3	0,376	Valid
20	X5.4	0,535	Valid

Sumber: Hasil penelitian, 2020

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan dalam pengambilan data. Hasil output pengujian reliabilitas penelitian ini menggunakan *cronbach's alpha* di mana instrumen dikatakan *reliable* apabila memiliki harga koefisien *cronbach's alpha* (α) > 0,600 pada SPSS versi 25 yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,73	18

Sumber: Hasil penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 3, indikator diuji menggunakan metode *cronbach's alpha* untuk mengukur tingkat reliabilitas seluruh instrumen. Hasil output menunjukkan nilai *cronbach's alpha* adalah 0,73 yang memiliki arti 18 indikator dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *cronbach alpha* diatas 0,60 sehingga pengujian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

1) Merumuskan Masalah

Melalui analisis faktor, dapat diketahui faktor-faktor yang menentukan minat beli konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen yang dapat diidentifikasi dari 18 indikator yang telah dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

2) Pemeriksaan Matriks Korelasi

Matriks korelasi dapat diidentifikasi variabel – variabel mana saja yang terkait satu sama lain dan saling berhubungan dari ke-27 variabel yang dianalisis. Untuk menguji hal tersebut, maka dilakukan langkah – langkah yang terdiri dari uji Bartlett`s, uji KMO, dan uji MSA. Berdasarkan ketiga uji tersebut maka diperoleh hasil data seperti pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,624
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	429,881
	df	153
	Sig.	0,000

Sumber: Hasil penelitian (2020)

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Kaiser Mayer Olkin Measure of Sampling (KMO)* menunjukkan angka 0,624. Hal tersebut menunjukkan telah memenuhi persyaratan minimal, yaitu melebihi nilai 0,5. Maka dari itu, indikator tersebut sudah layak untuk difaktorkan. Pada pengujian *Bartlett's Test of Sphericity* kurang dari 0,5, artinya menunjukkan adanya korelasi antara variabel secara menyeluruh atau keseluruhan. Pada penelitian ini, uji *Bartlett's Test of Sphericity* diperoleh nilai sebesar 429,881 dengan nilai signifikan 0,000 yang menunjukkan peluang terjadinya kesalahan untuk indikator yang tidak independen sebesar 0%, yang berarti indikator memiliki korelasi antara variabel secara menyeluruh atau keseluruhan.

Tabel 5. Anti-image Matrices Pertama

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

No	Indikator	Sub Indikator	Nilai MSA
1	X1.1	Kualitas rasa makanan dan minuman 70's Plate Kitchen	0,581
2	X1.2	Porsi makanan dan minuman 70's Plate Kitchen	0,522
3	X.1.3	Variasi makanan/ menu yang ditawarkan 70's Plate Kitchen	0,468
4	X1.4	Kebersihan makanan dan minuman 70's Plate Kitchen terjamin	0,664
5	X2.1	Harga yang ditawarkan 70's Plate Kitchen terjangkau.	0,653
6	X2.2	Harga yang diberikan 70's Plate Kitchen sesuai dengan pelayanan.	0,572
7	X2.4	Harga yang ditawarkan 70's Plate Kitchen lebih murah dibandingkan dengan restoran lainnya.	0,598
8	X3.1	Lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan fasilitas umum (rumah sakit, supermarket, bank).	0,611
9	X3.2	Lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan destinasi wisata (pantai, mall, museum).	0,586
10	X3.4	Lokasi 70's Plate Kitchen mudah dijangkau.	0,538
11	X4.1	Desain interior dan eksterior yang menarik.	0,737
12	X4.2	Suasana 70's Plate Kitchen yang modern.	0,639
13	X4.3	Keamanan dan kenyamanan 70's Plate Kitchen terjamin.	0,735
14	X4.4	Lahan parkir yang luas.	0,530
15	X5.1	Pelayan/karyawan 70's Plate Kitchen sopan dan	0,805

		ramah dalam melayani konsumen.	
16	X5.2	Keterampilan pelayan/karyawan dalam memberikan informasi sangat cepat. (informasi mengenai menu, WiFi, kamar mandi, dan sebagainya).	0,539
17	X5.3	Penyajian makanan dan minuman yang sangat baik.	0,681
18	X5.4	Kecepatan pelayan/karyawan dalam menanggapi keluhan.	0,661

Sumber: Hasil penelitian (2020).

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat dari 18 indikator pada penelitian ini terdapat 1 indikator yang memiliki nilai dibawah 0,5, yaitu dengan nilai 0,468. Indikator X1.3 dengan nilai 0,468 akan dikeluarkan dari matriks dan setelahnya akan dilakukan pengujian ulang. Berikut merupakan hasil pengujian KMO, *Barlett's Test*, dan MSA setelah dilakukan pengujian ulang dapat dilihat melalui Tabel 6:

Tabel 6. Anti-image Matrices Kedua

No	Indikator	Sub Indikator	Nilai MSA
1	X1.1	Kualitas rasa makanan dan minuman 70's Plate Kitchen	0,620
2	X1.2	Porsi makanan dan minuman 70's Plate Kitchen	0,573
3	X1.4	Kebersihan makanan dan minuman 70's Plate Kitchen terjamin	0,637
4	X2.1	Harga yang ditawarkan 70's Plate Kitchen terjangkau.	0,661
5	X2.2	Harga yang diberikan 70's Plate Kitchen sesuai dengan pelayanan.	0,586
6	X2.4	Harga yang ditawarkan 70's Plate Kitchen lebih murah dibandingkan dengan restoran lainnya.	0,655
7	X3.1	Lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan fasilitas umum (rumah sakit, supermarket, bank).	0,646
8	X3.2	Lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan destinasi wisata (pantai, mall, museum).	0,574
9	X3.4	Lokasi 70's Plate Kitchen mudah dijangkau.	0,533
10	X4.1	Desain interior dan eksterior yang menarik.	0,724
11	X4.2	Suasana 70's Plate Kitchen yang modern.	0,661
12	X4.3	Keamanan dan kenyamanan 70's Plate Kitchen terjamin.	0,730
13	X4.4	Lahan parkir yang luas.	0,496
14	X5.1	Pelayan/karyawan 70's Plate Kitchen sopan dan ramah dalam melayani konsumen.	0,794
15	X5.2	Keterampilan pelayan/karyawan dalam memberikan informasi sangat cepat. (informasi mengenai menu, WiFi, kamar mandi, dan sebagainya).	0,561
16	X5.3	Penyajian makanan dan minuman yang sangat baik.	0,678
17	X5.4	Kecepatan pelayan/karyawan dalam menanggapi keluhan.	0,642

Sumber: Hasil penelitian (2020).

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat dari 17 indikator masih terdapat 1 indikator yang memiliki nilai < 0,5, yaitu indikator X4.4 dengan nilai 0,496 sehingga perlu dilakukannya pengujian ulang agar seluruh indikator memenuhi nilai >0,5. Indikator tersebut akan dikeluarkan dari matriks dan setelahnya akan dilakukan pengujian

ulang. Pada tabel 7 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Anti-image Matrices Ketiga

No	Indikator	Sub Indikator	Nilai MSA
1	X1.1	Kualitas rasa makanan dan minuman 70's Plate Kitchen	0,648
2	X1.2	Porsi makanan dan minuman 70's Plate Kitchen	0,617
3	X1.4	Kebersihan makanan dan minuman 70's Plate Kitchen terjamin	0,671
4	X2.1	Harga yang ditawarkan 70's Plate Kitchen terjangkau.	0,665
5	X2.2	Harga yang diberikan 70's Plate Kitchen sesuai dengan pelayanan.	0,596
6	X2.4	Harga yang ditawarkan 70's Plate Kitchen lebih murah dibandingkan dengan restoran lainnya.	0,650
7	X3.1	Lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan fasilitas umum (rumah sakit, supermarket, bank).	0,638
8	X3.2	Lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan destinasi wisata (pantai, mall, museum).	0,547
9	X3.4	Lokasi 70's Plate Kitchen mudah dijangkau.	0,589
10	X4.1	Desain interior dan eksterior yang menarik.	0,723
11	X4.2	Suasana 70's Plate Kitchen yang modern.	0,684
12	X4.3	Keamanan dan kenyamanan 70's Plate Kitchen terjamin.	0,789
13	X5.1	Pelayan/karyawan 70's Plate Kitchen sopan dan ramah dalam melayani konsumen.	0,796
14	X5.2	Keterampilan pelayan/karyawan dalam memberikan informasi sangat cepat. (informasi mengenai menu, WiFi, kamar mandi, dan sebagainya).	0,558
15	X5.3	Penyajian makanan dan minuman yang sangat baik.	0,712
16	X5.4	Kecepatan pelayan/karyawan dalam menanggapi keluhan.	0,738

Sumber: Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan tabel 7, dapat dilihat setelah dilakukan pengujian ulang, 16 indikator tidak ada yang memperoleh nilai *Measure of Sampling Asequancy* (MSA) dibawah 0,5, yang artinya syarat-syarat MSA sudah terpenuhi dan proses analisa faktor dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Menentukan Jumlah Faktor

Penentuan jumlah faktor dilakukan untuk menentukan berapa banyak faktor yang terbentuk yang mewakili variabel-variabel. Penentuan jumlah faktor ini berdasarkan pada besarnya *eigenvalue* setiap faktor yang muncul. Semakin besar *eigenvalue* setiap faktor, semakin representatif faktor tersebut untuk mewakili sekelompok variabel. Faktor-faktor inti yang dipilih adalah faktor yang mempunyai *eigenvalue* ≥ 1 . Hasil penentuan jumlah faktor tersaji secara rinci pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Loadings			Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,577	22,354	22,354	3,577	22,354	22,354	2,658	16,613	16,613
2	1,744	10,900	33,254	1,744	10,900	33,254	2,066	12,910	29,523
3	1,409	8,805	42,059	1,409	8,805	42,059	1,644	10,273	39,797
4	1,309	8,179	50,238	1,309	8,179	50,238	1,386	8,661	48,458
5	1,209	7,557	57,795	1,209	7,557	57,795	1,383	8,646	57,104
6	1,129	7,054	64,849	1,129	7,054	64,849	1,239	7,744	64,849
7	0,910	5,690	70,539						
8	0,866	5,410	75,949						
9	0,757	4,733	80,682						
10	0,609	3,808	84,490						
11	0,599	3,746	88,237						
12	0,499	3,118	91,355						
13	0,433	2,706	94,061						
14	0,385	2,405	96,466						
15	0,302	1,889	98,355						
16	0,263	1,645	100,000						

Sumber: Hasil penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 8 di atas, menunjukkan tabel *total variance explained*, yaitu besarnya persentase total dari masing-masing komponen yang mewakili 16 indikator. Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 6 faktor yang memiliki *eigenvalues* lebih dari 1, yaitu dengan masing-masing nilai: 3,577, 1,744, 1,409, 1,309, 1,209, dan 1,129. Nilai yang melampaui besar nilai *eigenvalues* merupakan komponen atau faktor yang digunakan untuk menjelaskan keragaman total. Kolom *cummulative* (%) merupakan kolom yang menunjukkan persentase *cummulative varians* yang dijelaskan oleh faktor. Faktor pertama sebesar 22,354%, ($3,577/16 \times 100\%$), faktor kedua 33,254% ($1,744/16 \times 100\%$), faktor ketiga 42,059% ($1,409/16 \times 100\%$), faktor keempat 50,238%, faktor kelima 57,795%, dan faktor keenam 64,849%. Faktor pertama dengan persentase sebesar 22,354% memiliki arti bahwa faktor pertama mampu menjelaskan 22,354% dari keragaman total item-item penelitian yang dapat dilihat melalui kolom *percent of variance*. Faktor kedua dapat menjelaskan 10,900% dari keragaman total, faktor ketiga dapat menjelaskan 8,805% dari keragaman total, faktor keempat dapat menjelaskan 8,179% dari keragaman faktor, faktor kelima dapat menjelaskan 7,557% dari keragaman faktor, dan faktor keenam dapat menjelaskan 7,054% dari keragaman faktor. Jadi, terdapat 6 faktor yang memiliki nilai *eigenvalues* lebih dari satu dan besarnya persentase keenam faktor tersebut adalah 64,849% yang mampu menjelaskan total keragaman item-item penelitian yang ada.

3) Rotasi Faktor

Rotasi faktor digunakan untuk menyederhanakan komponen matrix yang memiliki struktur yang masih sulit untuk diinterpretasikan, sehingga dilakukan pengolahan data kembali dengan rotasi faktor untuk mendapatkan struktur faktor yang lebih sederhana dan mudah dijelaskan. Penelitian ini menggunakan metode *varimax*, yaitu dengan membuat korelasi item hanya dominan terhadap satu faktor dengan cara membuat korelasi item mendekati nilai mutlak 1 dan 0 pada setiap faktor agar memudahkan dalam interpretasi item dominan. Berikut merupakan tabel rotasi komponen matrix:

Tabel 9. Rotated Component Matrix^a

	1	2	3	4	5	6
x1.1	0,215	-0,041	0,055	0,820	0,112	-0,123
x1.2	-0,148	0,464	0,132	0,495	0,158	0,244
x1.4	0,323	0,159	0,436	0,185	-0,222	0,258
x2.1	0,169	0,795	0,005	0,069	-0,067	-0,181
x2.2	0,227	0,826	-0,023	-0,139	0,049	-0,008
x2.4	-0,128	0,600	0,545	0,172	0,039	0,215
x3.1	0,165	0,050	0,122	-0,039	0,129	0,745
x3.2	0,106	0,021	-0,143	0,268	0,698	0,048
x3.4	0,442	0,035	-0,04	0,378	-0,638	0,090
x4.1	0,735	0,062	0,229	0,130	-0,005	0,019
x4.2	0,796	0,085	-0,114	0,177	0,104	0,144
x4.3	0,613	0,208	-0,001	-0,317	0,112	0,034
x5.1	0,643	0,050	0,252	0,095	-0,037	-0,219
x5.2	0,131	-0,035	0,867	-0,022	0,047	-0,104
x5.3	0,281	0,287	0,273	0,013	0,179	-0,605
x5.4	0,314	0,061	0,379	0,081	0,565	0,079

Sumber: Hasil penelitian (2020)

4) Interpretasi Faktor

Berdasarkan tabel 9 maka berikut penjabaran faktor-faktor:

1. Faktor 1 terdiri atas 5 bobot faktor sebagai berikut:

- a. X3.4 (lokasi 70's Plate Kitchen mudah dijangkau) dengan nilai korelasi sebesar 0,442.
- b. X4.1 (desain interior dan eksterior yang menarik) dengan nilai korelasi sebesar 0,735.
- c. X4.2 (suasana 70's Plate Kitchen yang modern) dengan nilai korelasi sebesar 0,796.
- d. X4.3 (keamanan dan kenyamanan 70's Plate Kitchen terjamin) dengan nilai korelasi sebesar 0,613.
- e. X5.1 (pelayan/karyawan 70's Plate Kitchen sopan dan ramah dalam melayani konsumen) dengan nilai korelasi sebesar 0,643.

Indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah faktor X4.2 (suasana 70's Plate Kitchen yang modern) dengan nilai korelasi sebesar 0,796, maka faktor ini dapat didefinisikan sebagai faktor atmosfer restoran dan dianggap mampu memprestasikan indikator yang ada, yaitu lokasi 70's Plate Kitchen mudah dijangkau, desain interior dan eksterior yang menarik, suasana 70's Plate Kitchen yang modern, keamanan dan kenyamanan 70's Plate Kitchen terjamin, dan pelayan/karyawan 70's Plate Kitchen sopan dan ramah dalam melayani konsumen.

2. Faktor 2 yang terdiri dari 4 bobot faktor sebagai berikut:

- a. X2.1 (harga yang ditawarkan 70's Plate Kitchen terjangkau) dengan nilai korelasi sebesar 0,795.

- b. X2.2 (harga yang diberikan 70's Plate Kitchen sesuai dengan pelayanan) dengan nilai korelasi sebesar 0,826.
- c. X2.4 (harga yang ditawarkan 70's Plate Kitchen lebih murah dibandingkan dengan restoran lainnya) dengan nilai korelasi sebesar 0,600.
- d. X5.3 (penyajian makanan dan minuman yang sangat baik) dengan nilai korelasi sebesar 0,287.

Indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah faktor X2.2 (harga yang diberikan 70's Plate Kitchen sesuai dengan pelayanan) dengan nilai korelasi sebesar 0,826. Maka, faktor ini dapat didefinisikan sebagai faktor harga dan dianggap mampu memprestasikan indikator yang ada, yaitu harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan pelayanan, harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan restoran lainnya, dan penyajian makanan dan minuman yang baik.

3. Faktor 3 yang terdiri dari 2 bobot faktor sebagai berikut:

- a. X1.4 (kebersihan makanan dan minuman 70's Plate Kitchen terjamin) dengan nilai korelasi sebesar 0,436.
- b. X5.2 (keterampilan pelayan/karyawan dalam memberikan informasi sangat cepat: informasi mengenai menu, WiFi, kamar mandi, dan sebagainya) dengan nilai korelasi sebesar 0,867.

Indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah faktor X5.2 (keterampilan pelayan/ karyawan dalam memberikan informasi sangat cepat: informasi mengenai menu, WiFi, kamar mandi, dan sebagainya) dengan nilai korelasi sebesar 0,867. Maka, faktor kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai faktor kualitas pelayanan dan dianggap mampu memprestasikan indikator yang ada, yaitu kebersihan makanan dan minuman 70's Plate Kitchen terjamin dan keterampilan pelayan/ karyawan dalam memberikan informasi sangat cepat.

4. Faktor 4 yang terdiri dari 2 bobot faktor sebagai berikut:

- a. X1.1 (kualitas rasa makanan dan minuman 70's Plate Kitchen) dengan nilai korelasi sebesar 0,820.
- b. X1.2 (porsi makanan dan minuman 70's Plate Kitchen) dengan nilai korelasi sebesar 0,495.

Indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah faktor X1.1 (kualitas rasa makanan dan minuman 70's Plate Kitchen) dengan nilai korelasi sebesar 0,820. Maka, faktor ini dapat didefinisikan sebagai faktor kualitas makanan dan dianggap mampu memprestasikan indikator yang ada, yaitu kualitas rasa makanan dan minuman 70's Plate Kitchen dan porsi makanan dan minuman 70's Plate Kitchen.

5. Faktor 5 yang terdiri dari 2 bobot faktor sebagai berikut:

- a. X3.2 (lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan destinasi wisata) dengan nilai korelasi sebesar 0,698.
- b. X5.4 (kecepatan pelayan/karyawan dalam menanggapi keluhan) dengan nilai korelasi sebesar 0,565.

Indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah faktor X3.2 (lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan destinasi wisata) dengan nilai korelasi sebesar 0,698. Maka, faktor ini dapat didefinisikan sebagai faktor lokasi dan dianggap mampu memprestasikan indikator yang ada, yaitu "lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan destinasi wisata" dan "kecepatan pelayan/ karyawan dalam menanggapi keluhan".

6. Faktor 6 yang terdiri dari 1 bobot faktor sebagai berikut:

- a. X3.1 (lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan fasilitas umum) dengan nilai

korelasi sebesar 0,745.

Indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah faktor X3.1 (lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan fasilitas umum) dengan nilai korelasi sebesar 0,745. Maka, faktor ini dapat didefinisikan sebagai faktor lokasi strategis dan dianggap mampu memprestasikan indikator yang ada, yaitu lokasi 70's Plate Kitchen dekat dengan fasilitas umum.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diketahui karakteristik konsumen yang datang mengunjungi Cafe 70's Plate Kitchen berdasarkan asalnya lebih banyak berasal dari Bali sebesar 70%, terutama dari Kota Denpasar, karakteristik berdasarkan tingkatan usia didominasi oleh konsumen dengan rentang usia 13 hingga 22 tahun (64%), karakteristik berdasarkan jenis kelamin lebih banyak berjenis kelamin perempuan (56%), karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir paling banyak lulusan SMA/SMK (56%), karakteristik berdasarkan pekerjaan didominasi oleh pelajar/ mahasiswa (53%), karakteristik berdasarkan pendapatan paling banyak konsumen yang berpenghasilan dibawah Rp2.500.000 (56%), karakteristik berdasarkan referensi lebih banyak dari teman/keluarga konsumen (78%), karakteristik berdasarkan alasan datang berkunjung didominasi oleh alasan untuk bersantai/nongkrong (59%), serta karakteristik berdasarkan jumlah kedatangan paling banyak konsumen baru satu kali mengunjungi Cafe 70's Plate Kitchen (67%).

Hasil analisis faktor menunjukkan secara keseluruhan minat beli konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen memperoleh nilai rata-rata 4,06 dengan kategori baik. Indikator atmosfer restoran mendapatkan nilai rata-rata tertinggi, yaitu 4,26 dengan kategori sangat baik. Selanjutnya, indikator kualitas makanan memperoleh nilai rata-rata 4,19 dengan kategori baik, indikator harga memperoleh nilai rata-rata 3,99 dengan kategori baik, indikator kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata 3,96 dengan kategori baik, serta indikator lokasi memperoleh nilai rata-rata 3,91 dengan kategori baik. Sehingga secara keseluruhan minat beli konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen memperoleh nilai rata-rata 4,06 dengan kategori baik. Faktor - faktor yang menentukan minat beli konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen memiliki 6 faktor yang terbentuk, yaitu faktor 1 (atmosfer restoran) dengan *eigenvalues* sebesar 3,577 dan *varians* sebesar 22,354%, faktor 2 (harga) dengan *eigenvalues* sebesar 1,744 dan *varians* sebesar 10,900%, faktor 3 (kualitas pelayanan) dengan *eigenvalues* sebesar 1,409 dan *varians* sebesar 8,805%, faktor 4 (kualitas makanan) dengan *eigenvalues* sebesar 1,309 dan *varians* sebesar 8,179, faktor 5 (lokasi) dengan *eigenvalues* sebesar 1,209 dan *varians* sebesar 7,557%, dan faktor 6 (lokasi strategis) dengan *eigenvalues* sebesar 1,129 dan *varians* sebesar 7,054%. Faktor dominan yang menentukan minat beli konsumen di Cafe 70's Plate Kitchen adalah faktor atmosfer restoran, sedangkan faktor terendah adalah faktor lokasi strategis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul "Faktor-Faktor yang Menentukan Minat Beli Konsumen di Cafe 70'S Plate Kitchen Denpasar Bali" dengan lancar. Penyusunan laporan akhir ini dapat terwujud karena bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada orang tua dan keluarga, pihak *owner* dan *staff* Cafe 70's Plate Kitchen, dosen pembimbing, teman-teman, serta staf dan dosen Fakultas Pariwisata Universitas Udayana yang sudah membantu hasil laporan menjadi lebih baik.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah dkk. 2013. *Peran Minat Pembelian Konsumen Sebagai Mediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Kue*. Jakarta: Fakultas Manajemen Universitas Binus
- AntaraSumut. 2015. *Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Bali Selama 2014 Berkurang*. <https://sumut.antaranews.com/berita/144880/kunjungan-wisatawan-nusantara-ke-bali-selama-2014-berkurang> (diakses pada tanggal 7 November 2019 pada pukul 20.04 WITA)
- Aprilia, M. Putri. 2018. *Peran Budaya Organisasi dalam Efisiensi Pelayanan di Dapur Restoran Les Cocottes Paris*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial Universitas Agung Podomoro
- Apriliani, Dea. 2018. *Kemajuan Pariwisata Indonesia, Penyumbang Devisa Terbesar Indonesia*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/12/23/kemajuan-pariwisata-indonesia-penyumbang-devisa-terbesar-indonesia> (diakses pada tanggal 7 November 2019 pada pukul 19.54 WITA)
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Penerbit RajaGrafindo Persada
- Atmodjo, M.W. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Fauzansyah, Aulia. 2015. *Kontribusi Kualitas Makanan, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Atmosfer Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan pada Kedai Suwe Ora Jamu*. Denpasar: Fakultas Pariwisata Universitas Udayana
- Gentile dkk. 2007. *How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components That Co-create Value With the Customer*. *European Management Journal*, 25, 395-410. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2007.08.005>
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit Badan Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Penerbit Badan Universitas Diponegoro
- Halim, Muh Abdul. 2018. *Teori Ekonomi Mikro Edisi 3*. Bogor: Penerbit Mitra Wacana Media
- Helmi NST, Sukri. 2015. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada CV. Master Pasir Pengaraian*. Riau: Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian
- Herlyana, Elly. 2012. *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. Yogyakarta: Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam, Fkultas Abad dan Ilmu Budaya, Universitas Negeri Sunan Kalijaga
- Jabar, Abdul. 2017. *Faktor-Faktor yang Menentukan Minat Beli Wisatawan Surfing Mancanegara terhadap Pemilihan Akomodasi di Banjar Suluban Uluwatu Kuta Bali*. Denpasar: Fakultas Pariwisata Universitas Udayana
- Kecil, Lentera. 2017. *Apakah Cafe Itu?*. <https://lenterakecil.com/apakah-kafe-itu/> (diakses pada tanggal 3 April 2017 pada 16.46 Wita)
- Kompas.com. 2015. *Kunjungan Turis Asing Sempat Menurun, Ini Penyebabnya*. <https://travel.kompas.com/read/2015/01/09/170500127/Kunjungan.Turis.Asing.Sempat.Menurun.Ini.Penyebabnya> (diakses pada tanggal 7 November 2019 pada pukul 20.07 WITA)

- Kotler, Philip. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran* Edisi Kesembilan. Jakarta: Penerbit PT Indeks
- Kotler & Armstrong. 2001. *Prinsip–Prinsip Pemasaran* Jilid 1 Edisi Kedepalan. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler & Armstrong. 2004. *Prinsip–Prinsip Pemasaran* Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Penerbit PT Prehallindo
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran* Edisi 11. Jakarta: Penerbit Indeks Gramedia
- Kurniawan, Ferdy Zoel. 2014. *Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Soto Angkringan Mas Boed Spesial Ayam Kampung Semarang*. Denpasar: Fakultas Pariwisata Universitas Udayana
- Lovelock, Christopher. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Lucas & Britt. 2003. *Advertising Psychology and Research*. New York: Penerbit Mc Graw-Hill
- Mischitelli, V. 2000. *Your New Restourant* 2nd Edition. Canada: Penerbit Media Cooperation
- Mukhtar. 2004. *Perlunya Standar Lingkup dan Permasalahan Pelayanan Sebuah Restoran Hotel*. Medan: Program Studi Pariwisata Fakultas Sastra Universitas Sumatera Utara
- Nulufi, Kris. 2015. *Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
- Oetomo, R. Ali. 2012. *Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang)*, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Peter & Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Pramesti, Getut. 2016. *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, L. Miftahul. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Depok: Penerbit Raja Grafindo Persada
- Priansa, D. Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Priyatno, Duwi. 2018. *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*, Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Purnomo. 2014. *Upaya Lembaga Konsumen Yogyakarta dalam Meningkatkan Kesadaran Hak Konsumen di Yogyakarta*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta

- Purwanto dan Sulistyastuti. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik & Masalah – Masalah Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Sangadji, E. Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Santoso, Febiyani. 2015. *Pengaruh Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran 19th Avenue Jakarta*. Jakarta: Departemen Hotel Manajemen Universitas Binus
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PRENADAMEDIA GROUP
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sinaga, Firman. 2018. *Restoran dan Kegiatannya*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Sitepu, P. Mascota. 2018. *Faktor-Faktor yang Menentukan Minat Beli Wisatawan Surfing di Cafe Deux Ex Machina Canggu Bali*. Denpasar: Fakultas Pariwisata Universitas Udayana
- Soekresno. 2000. *Manajemen Food & Beverage Service Hotel*, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sudarmanto R. G. 2005. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS Edisi Pertama*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Sударsono. 1980. *Pengertian Minat Menurut Para Ahli Artikel Definisi Minat*. <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minatmenurut-para-ahli.html> (diakses pada hari Rabu, 6 November 2019 pada pukul 14.15 WITA)
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis Cetakan Kesepuluh*, Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif (Untuk Perbaikan Kinerja dan Pengembangan Ilmu Tindakan)*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suharto, G. Punky dan Suryoko, Sri. 2017. *Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Giggle Box Cafe & Resto Semarang*. Semarang: Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian Lengkap Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Penerbit PUSTAKABARUPRESS
- Sukandar, C. Aprilia. 2018. 6 Faktor Penyebab Perusahaan Jadi Pilit, Hindari, Ya! <https://www.wartaekonomi.co.id/read199677/6-faktor-penyebab-perusahaan-jadi-pailit-hindari-ya.html> (diakses pada Rabu, 1 April 2020 pada pukul 15.41 WITA)
- Sumarni & Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)* Edisi ke 5. Yogyakarta: Penerbit Liberty Yogyakarta

- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penetapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Suryati, Melan. 2006. *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada UKM Bakmi Surabaya di Daerah Istimewa Yogyakarta)*, Yogyakarta: Fakultas Bisnis Universitas PGRI Yogyakarta
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan Edisi III*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sujarweni, V. Wiratna. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Sumarsono, Dicky. 2015. *Semua Orang Bisa Menjalankannya – Luar Biasa – Bisnis Restoran di Indonesia*, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Tripadvisor. 2019. Best Destinations in the World - Travelers' Choice Awards. <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Destinations> (diakses pada Rabu, 6 November 2019 pada pukul 15.00 Wita)
- Walgito, Bimo. 1977. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Warisan, Johan dan Harianto, Agung. 2018. *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Kosumen dalam Memilih Restoran “All You Can Eat” di Surabaya*. Denpasar: Fakultas Pariwisata Universitas Udayana
- Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan Edisi pertama*. Yogyakarta: Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
- Wijaya dkk. 2018. *Persepsi Wisatawan terhadap Kualitas Pelayanan Front Office Departement di Hotel Burza Yogyakarta*. Denpasar: Fakultas Pariwisata Universitas Udayana
- Widarjono, Agus. 2015. *Statistika Terapan dengan Excel & SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
- Website Cafe 70's Plate Kitchen. <https://70s-plate-kitchen.business.site/>
- Yeni, Fitri. 2013. *Pengaruh Keunggulan Bersaing Diferensiasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada KFC di Kota Padang*. Padang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Negeri Padang