

ABSTRAK

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kota pelajar sekaligus kota wisata dengan pertumbuhan jumlah pendatang yang meningkat setiap tahunnya. Di era modern ini, gaya hidup pelajar cenderung lebih senang mengunjungi kafe untuk mengerjakan tugas atau hanya mencari spot foto yang *instagramable*. Pertumbuhan jumlah kafe di Daerah Istimewa Yogyakarta yang meningkat setiap tahunnya menyebabkan persaingan yang semakin ketat, seperti halnya yang dialami oleh Cafe Brick. Oleh karena itu diperlukan upaya untuk menumbuhkan minat kunjungan ulang konsumen. Faktor-faktor yang menjadi fokus utama pihak Cafe Brick yaitu produk, pelayanan, dan fasilitas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, pelayanan, dan fasilitas terhadap minat kunjungan ulang konsumen Cafe Brick. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang konsumen yang pernah mengunjungi Cafe Brick. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan kuesioner. Metode yang digunakan dalam menganalisa hasil penelitian yaitu analisis regresi dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh simultan faktor produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas yang positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang konsumen ke Cafe Brick dengan nilai *adjusted R square* 55,7%. Secara individu faktor produk dengan nilai uji t 2,613 dan faktor fasilitas dengan nilai uji t 9,722 berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjungan ulang konsumen ke Cafe Brick. Sedangkan faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang konsumen ke Cafe Brick.

Kata Kunci : fasilitas, minat kunjungan ulang, pelayanan, produk

ABSTRACT

Daerah Istimewa Yogyakarta is renowned as a center of education and tourism city with an increasing number of migrants each year. In this modern era, lifestyle students prefer to visit cafes to do assignments or just looking for instagramable photo spots. The increasing number of cafes in Daerah Istimewa Yogyakarta annually leads to increasingly intense competition, as happened in the Cafe Brick. Therefore it is necessary to grow in consumers a visiting interest. The factors that are the main focus of Cafe Brick are products, services, and facilities. The purpose of this study was to determine the effect of products, services, and facilities in the customer's intention to revisit Cafe Brick. The samples in this study were 100 consumers who had visited Cafe Brick. The data for this study were obtained through interviews, observations, and questionnaires. Methods used in analyzing the results of a regression analysis assisted by SPSS. There is a simultaneous influence of product factors, quality of service, and facilities that are positive and significant to the interest of consumer visits to Cafe Brick with a adjusted R Square value of 55,7%. Individually the product factor with a value of t-test 2.613 and a factor of facilities with a value of t-test 9.722 significantly positively affect the interest of consumer visits to Cafe Brick. While the quality of service factor does not affect positively and significantly on the interest of consumer visits to Cafe Brick.

Keywords : facilities, products, services, revisit intention