

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler, 2014:17). Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan.

Keputusan pembelian didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2016:198), pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara merek-merek yang ada dalam pilihan dan mungkin juga merupakan niat untuk membeli merek yang paling disukai. Menurut Sumarwan (2015:377), keputusan pembelian adalah bagaimana konsumen memutuskan alternatif pilihan yang akan dipilih, serta meliputi keputusan mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. Setiap individu pasti memiliki cara pandang yang berbeda-beda, cara pandang tersebut mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli.

Faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha,. Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk makan atau minum di sebuah tempat, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tempat usaha tersebut. Perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen untuk menentukan keputusan pembelian, lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk menentukan usaha, apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi atau tempat akan berpengaruh besar siklus penjualan secara terus-menerus (Tjiptono, 2014:156).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi Manajemen Pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat. Tjiptono (2014:59) menyatakan kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu

keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda. *Store atmosphere* bisa menjadi alternatif untuk membedakan Cafe yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan diperlukan karena dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama. *Store atmosphere* bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Levy dan Weitz (2012:556) "*Customer purchasing behavior is also influenced by the store atmosphere*". Dalam keputusan pembelian, konsumen tidak hanya memberi respon terhadap barang dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan pembelian yang menyenangkan bagi konsumen. Hal ini membuat konsumen tersebut memilih toko, rumah makan, atau cafe yang disukai dan melakukan pembelian.

Cafe Ngomber Kangean Sumenep merupakan salah satu Cafe yang ada di Kabupaten Sumenep, tepatnya di jalan Ngomber, Desa Sumber Nangka, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Sumenep. Pada awal pendiriannya Cafe Ngomber merupakan pemikiran karena melihat peluang yang sangat besar dan sudah menjadi gaya hidup mengisi untuk waktu luang atau sekedar menghabiskan waktu bersama keluarga, teman dan sahabatnya. Cafe Ngomber Kangean Sumenep adalah salah satu dari beberapa Cafe terkenal dan ramai dikunjungi oleh warga Sumenep dan sekitarnya.

Untuk menambah kental nuansa etnikya, tatanan interior dan berbagai perabot Cafe Ngomber, di Kangean Sumenep ini didesain bak bangunan semi permanen tempo dulu namun dengan sentuhan modern, sehingga para pengunjung yang datang dan menikmati berbagai macam menu masakan layaknya berada di suasana yang nyaman. Konsepnya sederhana, namun ditata cukup artistik. Ada nuansa etnik, dengan ornamen yang berciri bambu dan Rotan yang dibalut dengan Pernis. Di setiap sudut dinding, terdapat hiasan berupa tulisan artistik untuk menambah kesan modern serta nyaman kepada pelanggan

Kebutuhan konsumen akan tempat nongkrong yang enak dan unik merupakan konsep yang dipakai oleh Cafe Ngomber untuk menarik minat calon pelanggannya. Cafe Ngomber Kangean Sumenep yang bertempat di jalan Ngomber ini sering dikunjungi oleh kalangan remaja maupun sosialita karena keunikan dari keanekaragaman menunya. Letaknya berada di pinggir jalan raya, dengan dikelilingi area persawahan yang menambah nuansa hijau yang menyejukkan. Namun pengunjung dapat dengan mudah menemukannya karena *display* bangunan yang unik menggunakan bahan Kayu, Bambu dan Rotan yang merupakan identitas resto tersebut. Setiap pengunjung yang hadir di pintu masuk disambut oleh pelayan

pramusaji untuk dipersilahkan untuk memilih sendiri tempat duduk yang akan ditempati. Cafe Ngomber Kangean Sumenep merupakan pendatang baru didunia bisnis Cafe namun keberadaannya langsung menyita perhatian kaum remaja maupun sosialita. Menurut data yang diperoleh dari Cafe Ngomber Kangean Sumenep bahwa *Ginger Cofee*, adalah produk dari minuman yang banyak diminati oleh konsumen. Selain itu ada juga berbagai macam minuman kopi, seperti kopi robusta, arabica, dan kopi susu. Sedangkan pada makanan, ayam goreng lada hitam menjadi menu makanan yang paling banyak dipesan pengunjung Cafe Ngomber.

Tabel 1.1: Pengunjung Cafe Ngomber Kangean Sumenep

| No | Bulan | Tahun | |
|----|------------------|--------|--------|
| | | 2019 | 2020 |
| 1 | Januari | 232 | 276 |
| 2 | Februari | 256 | 362 |
| 3 | Maret | 243 | 383 |
| 4 | April | 269 | 367 |
| 5 | Mei | 371 | 452 |
| 6 | Juni | 287 | 411 |
| 7 | Juli | 358 | 439 |
| 8 | Agustus | 383 | 554 |
| 9 | September | 382 | 548 |
| 10 | Oktober | 334 | 551 |
| 11 | November | 421 | 581 |
| 12 | Desember | 471 | 575 |
| | Total | 4007 | 5499 |
| | Rata-rata | 333,92 | 458,25 |

Sumber: Cafe Ngomber Kangean Sumenep 2021

Berdasarkan laporan data penjualan Cafe Ngomber Kangean Sumenep tahun 2019 - 2020 menunjukkan bahwa relatif terjadi peningkatan penjualan setiap bulannya. Padahal, jika dilihat dari lokasinya yang tidak begitu strategis, hal ini merupakan hal yang perlu dikaji lagi. Seiring dengan meningkatnya jumlah resto di Kangean Kabupaten Sumenep, tingkat persaingan juga semakin meningkat. Pemilik usaha dituntut untuk memiliki fasilitas dan pelayanan yang lebih unggul sesuai kebutuhan konsumen agar dapat mempertahankan eksistensinya. Pemilik usaha resto perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya Atmosphere rumah makan, kualitas pelayanan, maupun lokasi.

Memilih lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting. Pertama, karena tempat merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan usaha, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat

mempertahankan kelangsungan hidup usaha. Dan yang terakhir, lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jika nilai lokasi memburuk, maka lokasi usaha harus dipindahkan atau ditutup (Kotler, 2014:95). Diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputro dan Kamal (2016) yang mempunyai kesimpulan apabila lokasi yang strategis sangat menentukan kelangsungan dari suatu usaha. Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Dengan lokasi yang strategis dan memiliki daya tempuh yang dekat membuat konsumen tertarik melakukan keputusan dalam menggunakan suatu produk.

Hakim dan Yahya (2016) mengungkapkan komponen kualitas layanan seperti penampilan karyawan, penampilan fisik dan kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Ryu dan Han (2010) menyatakan, kualitas layanan berperan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bahkan hasil penelitian Mukti (2015) mengungkapkan, kualitas layanan menjadi faktor terpenting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, diikuti kualitas produk.

Pentingnya Atmosphere telah diungkapkan sejumlah peneliti. Berbagai riset menunjukkan pengaruh signifikan kualitas Atmosphere terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Santoso (2016) menegaskan bahwa Atmosphere berperan kuat dalam mempengaruhi hubungan positif dengan keputusan pembelian. Hasil riset Arifin et al., (2011) mengungkapkan, kondisi Atmosphere seperti warna, desain, tata lampu dan tata letak berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen. Hal yang sama diungkapkan Syahputra dan Supriyatin (2015) Atmosphere berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Cafe Ngomber beralamat di Jalan Ngomber Desa Sumber Nangka Kecamatan Arjasa Kabupaten Sumenep. Berdasarkan hasil observasi terkait lokasi diketahui bahwa Cafe Ngomber Kangean Sumenep hanya memiliki satu papan nama petunjuk yang menandakan dimana Cafe Ngomber Kangean Sumenep berada. Jalan untuk menuju belum bisa dikatakan nyaman dikarenakan pada saat musim hujan tiba jalanan menjadi becek dan ada beberapa sektor yang terganggu air. Setelah pengunjung sampai ke dalam masih terdapat beberapa keluhan yang disampaikan oleh pengunjung terkait pelayanan. Yang pertama adalah waktu yang terlalu lama antara waktu pemesanan sampai pesanan diantarkan ke pengunjung. Pelayanpun ada yang memasang wajah datar tanpa ekspresi bukannya menunjukkan keramahan kepada pengunjung. Selain itu ketika pengunjung ramai terkesan kurangnya pelayan untuk melayani pengunjung yang banyak tersebut. Hal yang ditemukan selanjutnya adalah penataan kursi dan meja yang kadang tidak pada tempatnya disertai piring dan gelas yang tidak segera dibawa ke dalam ketika pengunjung lain tiba di meja tersebut. Selain itu ketika malam ada beberapa lampu yang dalam keadaan mati tapi tidak diganti dengan yang baru sehingga pencahayaan kurang maksimal.

1.2 Rumusan Masalah

Alasan pemilihan judul penelitian ini adalah adanya *trend* persaingan Cafe yang semakin kompetitif, sehingga membuat para penguasaha Cafe menciptakan daya saing untuk membedakan perusahaannya dengan kompetitor mulai dari desain atmospher yang unik, nyaman namun tetap fungsional dan pelayan yang nyaman, serta pemilihan lokasi yang tepat memberikan suatu titik keputusan pembelian konsumen. Seperti hasil penelitian Saputro dan Kamal (2016) yang mengatakan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngomber Kangean Sumenep?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngomber Kangean Sumenep?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngomber Kangean Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngomber Kangean Sumenep;
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngomber Kangean Sumenep;
3. Untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngomber Kangean Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Cafe Ngomber Kangean Sumenep
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran sebagai bahan masukan bagi Cafe Ngomber Kangean Sumenep untuk meningkatkan kualitas dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat agar jumlah pendapatan makin meningkat.
2. Bagi Universitas Muhammadiyah Jember
 - a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam proses belajar mengajar di Program Studi Manajemen.
 - b. Dapat memberi manfaat untuk dunia akademik dalam memperkaya teori - teori khususnya untuk analisis strategi pemasaran yang tepat dalam bisnis.
3. Bagi Peneliti

- a. Memberikan tambahan pengetahuan yang dapat dipakai sehingga peneliti dapat memperoleh perbedaan apa yang dipelajari di kampus dengan paraktek di lapang.
 - b. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam mengkaji permasalahan yang terjadi di pasar Cafe.
4. Bagi Peneliti Lain
- Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dasar untuk pengembangan penelitian.

