

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis saat ini di sebabkan oleh perubahan pola pikir konsumen yang dinamis. Dengan dasar tersebut, maka pemahaman kebutuhan konsumen melalui kegiatan pemasaran sangat di butuhkan oleh organisasi atau perusahaan sebagai dasar pelayanan konsumen yang ideal. Semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan produk barang maupun jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang sangat banyak, dengan demikian kekuatan tawar menawar semakin besar.

Salah satu usaha produk dan jasa yang menguntungkan saat ini, yaitu usaha Cafe. Cafe yang mulai bermunculan tersebut, tentunya memberikan keunggulan tersendiri dalam memberikan penawarannya untuk dapat menarik minat konsumen. Penawaran yang di berikan oleh usaha cafe yang menawarkan produk dan jasanya terhadap konsumen, biasanya dengan memberikan berbagai variasi menu hidangan makanan dan minuman, serta fasilitas jasa seperti nonton bareng acara pertandingan sepak bola. Dalam hal ini, yang juga menjadi bagian penting dalam pengelolaan usaha produk dan jasa agar menarik minat konsumen, maka para pengusaha cafe harus berusaha dengan cara meningkatkan mutu makanan dan minuman, serta meningkatkan kualitas pelayanan atau services.

Mutu dari makanan dan minuman yang di tawarkan kepada konsumen oleh para pengusaha cafe, haruslah memiliki cara khas, keunggulan dan variasi menu yang menarik bagi konsumen. Saat ini banyak sekali usaha cafe yang telah memberikan penawarannya kepada konsumen dengan cara memberikan ciri khas terhadap usahanya, misalnya dengan memberikan nama atau membuat usaha tersebut di kenal sebagai cafe yang menyajikan variasi menu minuman berupa kopi. Pemberian ciri khas ini di dasarkan pada sebetulnya aktivitas untuk mengisi waktu luang, tempat istirahat untuk melepas kepenatan, baik secara individu maupun komunal. Biasanya, keberadaan warung kopi diasosiasikan dengan tempat yang jauh dari tempat yang sepi, bahkan terkesan kumuh. Walaupun

demikian, mereka tetap eksis di tengah serbuan kultur baru lewat usaha warung yang memberikan berbagai macam variasi menu kopi yang ditawarkannya. Bahkan banyak juga cafe yang mulai memberikan menu spesial dengan berbagai macam variasi minuman kopi, dengan tujuan yang sama yaitu untuk menarik minat konsumennya. Seperti halnya di Kabupaten Lumajang, banyak warung kopi maupun cafe yang mulai bermunculan di daerah Kecamatan Lumajang yang notabenehnya sebagai daerah pendidikan. Bamboo Cafe, WTA Cafe, Wagiman cafe, Anglo Cafe yang menyediakan bermacam aneka kopi, makanan maupun minuman, serta menawarkan suasana dan tempat yang nyaman bagi konsumennya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa warung kopi maupun cafe-cafe yang ada di Kabupaten Lumajang saat ini saling bersaing untuk memberikan yang terbaik bagi konsumennya. Salah satu warung kopi yang memberikan penawaran relatif baik adalah Bamboo Cafe. Warung ini berlokasi di jl. Panjaitan Lumajang. Bamboo Cafe sebagai kedai kopi kecil, tapi menyuguhkan kopi spesial dari berbagai daerah di Indonesia. Pendirian Bamboo Cafe hanya di dasari atas keuntungan yang besar, keluarga, karena dulu beliau ini hanya keluarga kecil yang ingin memperbaiki ekonominya, dan ingin mandiri. Awalnya tempat ini adalah gubug, tetapi setelah adanya Fery maka dia punya inisiatif untuk membeli tanah di gubug itu, untuk di dijadikan Cafe. Namun, tempat ini sekarang sangat ramai di kunjungi remaja, remaja dewasa, dan bahkan orang dewasa. karena harganya yang relatif terjangkau. Pada awalnya dibuka, menu yang ditawarkan Bamboo Cafe cukup memberikan sensasi kepada para pengunjungnya yang sebagian besar belum terbiasa dengan beberapa bentuk penyajian menu seperti Kentang Goreng atau *French fress*. Bamboo Cafe ingin menunjukkan kepada masyarakat bahwa usaha yang di gelutinya jika di berikan sentuhan dengan kreativitas dan *something unique* akan membuahkan hasil. Konsep berwawasan produk, menyatakan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur – fitur paling bermutu, berprestasi atau inovatif, (Kotler, 2007:18).

Persaingan yang ada dengan segala penawarannya memberikan kelebihan tersendiri dalam menarik minat konsumennya. Bambo Cafe dengan segala

penawarannya dan keunggulannya dalam menarik minat konsumennya agar dapat meningkatkan profitabilitas bagi usahanya dan sekaligus memenuhi kebutuhan yang memadai bagi konsumennya. Strategi usaha di balik kesuksesan tersebut, harus tetap dapat dipertahankan dalam menghadapi persaingan dan juga harus mampu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, Serta memperoleh pangsa pasar. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh usaha Bambo Cafe dalam menawarkan produknya kepada konsumen adalah dengan melihat posisi persaingan melalui pemahaman posisi (*image*) terhadap produk yang ditawarkan dengan cara melakukan riset terhadap penempatan produk atau *product positioning* yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen. *Product positioning* adalah suatu strategi manajemen yang menggunakan informasi (dikumpulkan melalui riset dan studi segmentasi) untuk menciptakan suatu kesan terhadap produk sesuai dengan keinginan pasar yang di tuju atau pasarnya, (swasta, 2003:99).

Bambo Cafe ditempatkan dilokasi – lokasi strategis sehingga terjangkau. Bambo Cafe dengan mudah dapat ditemukan di berbagai kawasan kampus, wisata, dan fasilitas umum yang terdapat dimasing – masing daerah. Hal ini lah yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian di Bambo Cafe.

Produk merupakan sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia untuk mencukupi kebutuhannya, oleh karena itu Bambo Cafe menyediakan makanan dan minuman dengan harga dan kualitas yang baik. Pelayanan yang diberikan Bambo Cafe menjadikan perusahaan ritel ini semakin berkembang. Bambo Cafe menyediakan brosur untuk menawarkan beberapa produk dengan harga yang terjangkau murah sehingga hal tersebut menjadi menarik bagi konsumen untuk ngopi atau nongkrong di Bambo Cafe.

Keberadaan STKIP merupakan magnet bagi perusahaan ritel untuk mendirikan usahanya disekitarnya. Hal ini tidak terlepas dari terciptanya pasar yang sangat potensial dari keberadaan STKIP itu sendiri. Banyaknya mahasiswa yang kuliah di STKIP merupakan pasar yang sangat potensial untuk dijadikan lahan bisnis. Hal inilah yang menyebabkan fenomena

menjamurnya usaha ritel yang didirikan di sekitar kampus STKIP. Dari sinilah menarik peneliti juga untuk melakukan penelitian di Bamboo Cafe jl Panjaitan.

Bagi usaha ini, lokasi yang strategis seringkali lebih penting dari pada faktor-faktor yang lain. Hal ini berarti bahwa pengusaha rela membayar biaya yang lebih besar untuk pemilihan lokasi dengan mengharapkan pendapatan besar sebagai akibat pemilihan lokasi yang tepat. Hal ini juga terjadi pada usaha ritel yang berdiri disekitar kampus STKIP, para pengusaha tidak peduli dengan harga sewa yang mahal karena dekat dengan kampus STKIP. Dengan mengharapkan pendapatan yang besar karena potensi pasar yang besar dan dekat dengan berbagai infrastruktur.

Penelitian mengenai keputusan pembelian ini selaras dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas. Menurut Barnadeta Dwiyani Anindita (2007) dengan jurnal judul “Analisis kepuasan pelanggan Pada Aalfamart Tembalang dari Dimensi pelayanan (studi kasus pada Alfamart Jl. Ngesrep timur V / 69 kota Semarang)” menunjukkan bahwa hasil penelitian didapatkan hasil pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Fifyanti Ghanimatu (2012) dengan jurnal judul “Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian (cycle di seminyak bali)” menyunjukkankan bahwa dari hasil pelitian didapatkan kualitas produk,kualitas layanan dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Menurut Ika Putri Iswayanti (2010) dengan jurnal judul” Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian (studi pada indomaret malang)” menyebutkan bahwa dari hasil penelitian Terhadap pengaruh positif antara kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian di Rumah makan “Soto Angkring Mas Boed. Terdapat beberapa faktor dimana konsumen yang datang untuk ngopi atau nongkrong di Bamboo Cafe jl. Panjaitan sangat tinggi, yaitu seperti harga, pelayanan, lokasi, promosi. Yang pertama adalah harga, dimana harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat

dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa yang meliputi kesesuaian produk dengan harga, keterjangkauan, tingkat harga, nilai pasar, dan sesuai dengan manfaat yang ditawarkan Bamboo Cafe, indikatornya adalah Harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan Bamboo Cafe, Kesesuaian tingkat harga Bamboo Cafe yang terjangkau oleh daya beli masyarakat, Perbandingan harga Bamboo Cafe yang mampu bersaing dengan pesaing, Harga di Bamboo Cafe sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan sebagai segala bentuk upaya yang dilakukan cafe dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus membuat mereka tetap merasa nyaman dengan memperhatikan berbagai faktor di dalamnya

Lokasi merupakan letak atau toko pada daerah yang strategis sehingga dapat dengan mudah diakses oleh calon pembeli dan merupakan tempat dimana cafe harus bermarkas melakukan kegiatan fisik, indikatornya adalah Akses, misalnya lokasi cafe mudah dijangkau sarana transportasi, Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat cafe yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, Lalu lintas di sekitar lokasi cafe menyangkut dua pertimbangan utama berikut: banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, dan kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan, Lingkungan disekitar cafe yang nyaman. Yang terakhir Promosi, dimana Promosi adalah sarana dimana cafe berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang minuman dan makanan yang di jual oleh cafe.

Pengaruh pemilihan lokasi perlu dipertimbangkan oleh pemilik usaha dalam menentukan lokasi usahanya, karena lokasi usaha tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, selain faktor lokasi terdapat beberapa hal juga yang menentukan terhadap keputusan pembelian konsumen seperti harga, pelayanan dan promosi. Maka dari sinilah cafe Jalan Panjaitan harus memperhatikan faktor – faktor keputusan pembelian untuk menghadapi pesaing. Berdasarkan pemikiran di atas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan,Harga,Lokasi,Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Bamboo Cafe di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

Tabel 1.1.Omset Penjualan Cafe Bamboo

Tahun	Omset (Rp)
2011	230.400.000
2012	432.000.000
2013	567.000.000
2014	580.500.000
2015	720.000.000

Sumber: Café Bamboo

Dari Tabel 1.1. dapat dilihat bahwa omset penjualan Cafe Bamboo dari tahun 2011 sampai tahun 2015 mengalami peningkatan. Peningkatan omset yang tajam terdapat pada tahun 2015. Hal tersebut menandakan bahwa dari tahun ketahun semakin banyak masyarakat Lumajang yang mengetahui Cafe Bamboo. Umumnya pembeli akan memilih lokasi yang benar-benar strategis dan tidak membutuhkan terlalu banyak waktu, tenaga dan biaya seperti mudah di jangkau, dekat dengan fasilitas-fasilitas umum atau mungkin dekat dengan jalan raya, sehingga lokasi ini dapat mendukung yang lain. Cukup sulit untuk mendapatkan tempat duduk agar bisa menikmati secangkir kopi Cafe Bamboo. Karena selalu ramai dan banyak pengunjung. Setiap hari ada sekitar 200 - 300 pengunjung (Sumber: Pemilik Cafe Bamboo). Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Cafe Bamboo.

1.2. Perumusan Masalah

Sesuai keterkaitan antara harga, pelayanan, lokasi dan promosi dengan keputusan pembelian konsumen yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Lumajang?
- b. Apakah harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Lumajang?
- c. Apakah lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Lumajang?

- d. Apakah promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Lumajang?
- e. Apakah kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan secara Simultan terhadap keputusan pembelian pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Jember?

1.3. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Lumajang.
- b. Untuk mengetahui harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Lumajang
- c. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Lumajang
- d. Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Lumajang
- e. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, harga, lokasi, promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan konsumen pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Lumajang.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, diantaranya:

a. Bagi Penulis

Memperluas informasi serta menambah wawasan dan sebagai dasar perbandingan teori yang diperoleh selama perkuliahan yang dapat diterapkan untuk menganalisa permasalahan yang penulis teliti. Dalam hal ini analisis kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Bamboo Cafe Kawasan Panjaitan Lumajang.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini memberikan gambaran tentang penetapan harga, pelayanan, lokasi dan promosi yang diharapkan memberikan sumbangan pada khasanah ilmu pengetahuan.