

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada di benaknya.

Perkembangan usaha yang sangat pesat mendorong setiap pengusaha untuk membuat suatu bentuk yang berbeda dari usaha yang lainnya, salah satunya adalah usaha cafe, yang tepatnya adalah usaha makanan dan minuman siap saji, dalam hal ini memerlukan *system* penjualan yang efisien, lebih menarik dan keindahan, kebersihan, kerapian pelayanan, sehingga konsumen terkesan saat memasuki cafe tersebut.

Bisnis restoran dan cafe hingga saat ini masih diyakini sebagai salah satu bisnis yang memiliki prospek yang cukup bagus, bahkan mampu bertahan dalam kondisi krisis. Meskipun usaha restoran dan cafe dianggap berprospek cerah karena pada dasarnya makan adalah kebutuhan fisiologis manusia, banyak restoran yang gulung tikar akibat tidak mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggannya. Bisnis restoran sangat rentan, khususnya terhadap masalah konsistensi rasa, kualitas dan pelayanan.

Konsumen saat ini memiliki kekuatan tawar menawar yang besar, terutama karena di industri ini telah banyak kompetitor-kompetitor yang memiliki potensi dan kreativitas yang mampu menyajikan menu makanan dan pelayanan yang terdiferensiasi bagi konsumen sehingga konsumen memiliki beragam pilihan kuliner yang memperbesar kemungkinan terjadinya *customer switching*.

Belakangan ini usaha café dan resto sedang menjamur di Kabupaten Banyuwangi yang kebanyakan dijadikan pilihan sebagai tempat kuliner sekaligus berwisata. Berikut perkembangan usaha café dan resto di kabupaten banyuwangi;

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Usaha Food Service Resmi Di Kota Banyuwangi**  
**2014 -2016**

Jenis usaha	Tahun		
	2014	2015	2016
Restoran	24	24	26
Rumah makan	57	61	61
Café	16	17	18
Total	97	102	105

Sumber : BPS kabupaten banyuwangi 2016

Dari tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa persaingan yang ada dikalangan pengusaha *food service* di Banyuwangi cukup tinggi. Setiap tahun selalu bermunculan tempat makan yang baru, yang membuat persaingan untuk bisnis makanan di Banyuwangi semakin tinggi. Hal ini disebabkan karena cukup banyak tersedianya lahan kosong yang ada di Banyuwangi, serta kemampuan para pengusaha melihat peluang yang ada untuk mendirikan usaha rumah makan/restoran di Banyuwangi sangat jeli.

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah *store atmosphere*, lokasi dan kualitas produk. Pengertian *Store Atmosphere* menurut Kotler, (2008:61) adalah suasana *atmosphere* setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda baik itu kotor, menarik, megah, dan suram. Suatu toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli di toko tersebut.

Salah satu variabel atau faktor dari pemasaran jasa yaitu saluran distribusi atau lokasi tak luput pula memberikan andil dalam kesuksesan suatu perusahaan retail. Karena harus diakui bahwa konsumen atau calon konsumen akan sangat terbantu sekali apabila ketika mereka menginginkan suatu produk atau jasa maka mereka menginginkan untuk sesegera mungkin menikmati produk atau jasa tersebut. Menurut Ujang Suwarman (2004:280), “Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja”.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan. Menurut Kotler and Amstrong (2008) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Biasanya dalam usaha restoran sulit untuk menentukan loyal tidaknya seorang pelanggan, karena konsumen cenderung selalu ingin mencoba menikmati menu baru yang ditawarkan. Hanya sedikit orang yang sepenuhnya loyal pada satu restoran hingga restoran itu adalah satu-satunya yang mereka kunjungi. Restoran modern di Indonesia mengarah pada segmen konsumen muda yang selalu ingin mencoba hal baru dan menjadikan restoran bukan hanya sekedar tempat memuaskan rasa lapar, tetapi sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi dengan teman, keluarga, atau kerabat lainnya.

Mutu dari makanan dan minuman yang di tawarkan kepada konsumen oleh para pengusaha cafe dan restoran, haruslah memiliki ciri khas, keunggulan dan variasi menu yang menarik bagi konsumen. Saat ini banyak sekali usaha cafe dan restoran 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 atau restoran yang menyajikan variasi menu minuman berupa kopi.

Kotler (2009:184) mendefinisikan keputusan pembelian adalah keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Berman dan Evans (2007:130) mengemukakan beberapa kriteria yang dapat merancang respon emosional dan persepsi pelanggan serta untuk memengaruhi pelanggan dalam membeli barang, kriteria tersebut seperti prestise, pelayanan, lokasi dan promosi.

Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008: 485) secara umum keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Tindakan memilih tersebut adalah tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualnya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya.

Cafe dan Resto Gumitir salah satunya, Gumitir merupakan suatu kawasan di perbatasan Jember dan Banyuwangi. Pengguna jalan jurusan Jember Banyuwangi tentu mengenal kawasan ini karena mempunyai jalan yang berkelak kelok. Lingkungan sekitar yang berupa hutan dan kebun kopi membuat daerah ini hawanya sejuk.

Cafe & Rest Area Gumitir merupakan salah satu tempat wisata kuliner dan agro kopi di banyuwangi. Berbeda dengan cafe yang banyak dikenal orang, cafe ini bernuansa alami berada di alam terbuka. Cafe Gumitir menyajikan minuman kopi dan teh yang berasal dari produk yang ditanam, dipelihara, dipanen dan diolah oleh kebun-kebun milik PTPN XII. Tak hanya itu café gumitir juga menyajikan berbagai makanan dan minuman. Selain itu banyak berbagai fasilitas yang tersedia disini seperti permainan anak-anak, flaying fox, serta lapangan olahraga dan tempat

berkemah. Di area café gumitir ini juga ada kursi besar berukuran 3x3 meter yang unik dimana biasanya pengunjung menggunakannya untuk sekedar berfoto atau melihat pemandangan lembah gunung gumitir. Pengelola mampu melihat peluang dagang yang bagus untuk usaha makanan di Banyuwangi. Cafe Dan Resto Gumitir termasuk restoran baru di Banyuwangi tapi restoran ini mampu bertahan dan berkembang, bahkan sekarang Cafe Dan Resto Gumitir menjadi salah satu restoran besar di Banyuwangi

Persaingan yang ada dengan segala penawarannya memberikan kelebihan tersendiri dalam menarik minat konsumennya. Berikut ini table 1.3 yang menggambarkan penjualan cafe dan resto gumitir banyuwangi periode 2015-2016.

**Table 1.2**  
**Penjualan cafe gumitir**  
**Periode bulan Juli - Desember 2016**

<b>Bulan</b>	<b>Target Minimal (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>
Juli	Rp.30.000.000	Rp.30.616.375
Agustus	Rp.30.000.000	Rp.30.974.250
September	Rp.30.000.000	Rp.29.821.050
Oktober	Rp.30.000.000	Rp.31.598.625
November	Rp.30.000.000	Rp.32.306.250
Desember	Rp.30.000.000	Rp.33.056.050

Sumber: Cafe dan resto gumitir Juli - Desember 2016

Berdasarkan tabel 1.2 bisa kita lihat selama enam bulan terakhir omzet café dan resto gumitir dari bulan ke bulan mengalami kenaikan dan penurunan pendapatan yang tidak stabil. Di bulan juli-agustus mengalami peningkatan sebanyak Rp.357.875 sedangkan di bulan September mengalami penurunan sebanyak Rp.1.153.200 dari bulan sebelumnya dan juga tidak memenuhi target minimal. Sedangkan di bulan

oktober hingga desember mengalami peningkatan pendapatan secara signifikan. Dari sinilah menarik peneliti untuk melakukan penelitian di café dan resto gunitir.

Keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa akan berdampak untuk kedepannya. Dampak yang dimaksud adalah konsumen tersebut puas akan barang atau jasa yang diberikan sehingga menimbulkan pembelian ulang. Pemasaran yang dilakukan perusahaan juga berdampak kepada konsumen. Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, hal tersebut biasa datang dalam diri konsumen (individual konsumen), pengaruh lingkungan maupun karena strategi yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “pengaruh *store atmosphere*, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di café dan resto gunitir. Banyuwangi”.

## 2. PERUMUSAN MASALAH

Sesuai keterkaitan antara *store atmosphere*, lokasi dan kualitas produk dengan keputusan pembelian yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengetahui apakah *store atmosphere*, lokasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Cafe Dan Resto Gunitir Banyuwangi?
- b) Untuk mengetahui apakah *store atmosphere*, lokasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Dan Resto Gunitir Banyuwangi?

### **3. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN**

#### **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 pengaruh signifikan secara persial *store atmosphere*, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Cafe Dan Resto Gunitir Banyuwangi?
- b) Untuk mengetahui pengaruh signifikan secara simultan *store atmosphere*, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Cafe Dan Resto Gunitir Banyuwangi?

#### **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 pengaruh *store atmosphere*, lokasi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Cafe Gunitir Banyuwangi.

- b. Bagi Masyarakat

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

- c. Bagi Cafe Dan Resto Gunitir Banyuwangi

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi tentang strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung.