

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Perkembangan dunia di era abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Lovelock, et.al (2011:35) dalam Liu V (2016) menyatakan salah satu contoh perubahan metamorfosis di era abad ke 21 yaitu dalam hal industri yang mengalami transformasi dramatis, didorong oleh teknologi, globalisasi, perubahan kebijakan pemerintah, kebutuhan konsumen yang berkembang, dan gaya hidup (*lifestyle* ).

Pada era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, jumlah merek dan produk baik barang maupun jasa yang bersaing di pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif, khususnya di bidang jasa. Ketatnya persaingan dan semakin meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap sebuah produk, khususnya produk jasa membuat perusahaan harus memiliki cara untuk meningkatkan proporsi nilai (*value proposition* ). Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia saat ini tidak hanya terjadi di kota besar saja namun sampai ke kota kecil dan berkembang sangat pesat. Bisnis di bidang kuliner khususnya cafe pada saat ini sangat di minati para pengusaha bisnis kuliner.

Salah satu usaha kuliner di Indonesia adalah Bisnis café . Gaya hidup yang berkembang saat ini yaitu kebiasaan dan bersantai di Café sebagai tempat untuk bercengkrama bersama keluarga, teman dan rekan kerja. Fenomena ini tentunya juga didukung dengan adanya Café baru yang bermunculan. Café yang memiliki karakteristik tersendiri akan

dapat memenangkan persaingan karena konsumen pada saat ini lebih banyak memiliki rasa yang kuat terhadap kualitas layanan, Suasana café, dan produk dari Café tersebut.

Fenomena semakin menjamurnya bisnis café ini juga terjadi di Kabupaten Blora, dimana semakin banyak café baru bermunculan dan menawarkan berbagai macam keunggulan. Mulai dari produk menu, tampilan café yang menarik, hingga pelayanan yang diberikan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah café yang ada di Kabupaten Blora pada table 1.1 berikut :

**Tabel 1. 1**  
**Café di Kabupaten Blora**

<b>No</b>	<b>Nama Café di Kota Blora</b>	<b>Alamat</b>
1.	Café Kopinan.co	Jl. Mr. Iskandar No. 48 Mlangsen, Blora, Jawa Tengah
2.	Café Late	Jl. Kolonel Sunandar Mlangsen, Blora, Blora Jawa Tengah.
3.	KongZada Café	Jl.A. Yani Lorong 6, Tegal Gunung Blora, Jawa Tengah, Indonesia
4.	Primitif Garage Café	Jl. Jendral Sudirman No 33 Jetis, Blora Jawa Tengah, Indonesia
5.	Cadenza Café Blora	Jl. Gunung Wilis No 43, Tempelan, Blora Jawa Tengah.
6.	Filosofi Malam Café	Perum Mentul Indah, Cepu Blora, Jawa Tengah.
7.	Buonasera Café	Jl. Tentara Pelajar No 56 Blora, Jawa Tengah.
8.	Manggala Café	Jl. Pemuda No. 31 Blora, Jawa tengah
9.	Café Tigasembilan	Jl. R.A. Kartini No 39 Kunden, Blora Jawa tengah.
10.	Segara Café	Jl. Gunung Lawu No. 52 Tempelan, Blora, Jawa Tengah
11.	Seteduh Café	Jl. Gunung Wilis No.23 Blora, Jawa Tengah.
12.	Book.ing library & café	Jl. Gatot Subroto No. 18 Kauman, Blora Jawa Tengah.

Dilihat dari sisi pelanggan pada saat ini, mereka memiliki alternatif varian dan lebih selektif dalam memilih Café yang akan dikunjunginya. Ketika pelanggan merasa bahwa cafe tersebut tidak dapat memuaskan mereka, maka café tersebut akan ditinggalkan pelanggannya. Hal ini sangat banyak ditemui di Kabupaten Blora Khususnya.

Menurut Assauri Sofjan (2017:81) Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jadi inti pemasaran sebenarnya adalah memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen.

Pada hakikatnya konsep pemasaran menekankan orientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh kegiatan pemasaran yang baik dan bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Oleh karena itu para pebisnis menggunakan strategi pemasaran jitu ini untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Salah satu pendekatan yang sering digunakan adalah pelayanan, karena ketika pelayanan itu sangat baik maka diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:59) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2016:157), terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan yaitu, *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih buruk dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Selain pelayanan, hal yang harus diunggulkan dalam sebuah bisnis café adalah suasananya dalam meningkatkan penjualan. Karena tingginya tingkat persaingan antar café para pengusaha cafe dituntut untuk mengetahui dan memahami perilaku konsumen dan gaya hidupnya. Desain Interior dan eksterior dibuat sedemikian rupa untuk memikat hati konsumen.

Suasana café merupakan faktor yang sangat penting bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Saat ini penilaian publik pada cafe bukan hanya sekedar cita rasa yang membuat konsumen akan memilih tempat untuk melakukan pembelian, tetapi juga konsep yang unik dari sebuah cafe tersebut yang membuat para konsumen akhirnya memilih dan melakukan pembelian. Suasana café bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli. (Berman dan Evan yang dialih bahasakan Lina Salim 2014:528), Store

atmosphere meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, fasilitas, keunikan desain, panjang barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen sehingga konsumen nyaman dan membangkitkan keinginan untuk membeli.

Keputusan pembelian konsumen diawali oleh keinginan membeli yang timbul karena terdapat berbagai faktor yang berpengaruh seperti keluarga, kerabat, harga yang diinginkan, informasi yang diberikan, dan keuntungan atau manfaat yang bisa diperoleh dari produk atau jasa. Ketika konsumen melakukan sebuah pembelian, ada beberapa faktor situasional yang bisa mempengaruhi keputusan pembeliannya salah satunya kualitas pelayanan dan suasana café. Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian". (Fandy Tjiptono 2014:21). Hal ini membuat konsumen tersebut memilih cafe yang disukai dan melakukan pembelian. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dinda (2020), Tsani (2021) dan Agasi (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana café berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi menurut hasil penelitian terdahulu ada yang menyimpulkan jika kualitas pelayanan dan suasana café tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Andriawan (2019).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti berencana untuk melakukan penelitian pengujian lagi karena beberapa penelitian mempunyai hasil kesimpulan yang berbeda. Dari Kesimpulan diatas maka peneliti berencana untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe terhadap Keputusan Pembelian" ( Studi kasus di cafe Kopinan.co Kabupaten Blora ). Besar harapan peneliti untuk menghasilkan penelitian yang berpengaruh dalam kajian manajemen pemasaran.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di café Kopinan.co Kabupaten Blora ?
2. Apakah suasana café berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dicafe Kopinan.co Kabupaten Blora ?
3. Apakah Kualitas pelayanan dan suasana café secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di café Kopinan.co Kabupaten Blora ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di café Kopinan.co Kabupaten Blora.
2. Untuk mengetahui pengaruh suasana cafe terhadap keputusan pembelian di café Kopinan.co Kabupaten Blora.

3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan suasana café terhadap keputusan pembelian di café Kopinan.co Kabupaten Blora.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1.4.1 Teoritis

Manfaat teoritis, sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

##### 1.4.2 Praktis

- a. Bagi pengusaha bisnis Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, suasana cafe dan keputusan pembelian.
- b. Bagi konsumen hasil penelian ini memberikan gambaran mengenai café Kopinan.co Kabupaten Blora sehingga meningkatkan daya tarik konsumen.