

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya zaman membuat aktivitas masyarakat di perkotaan semakin padat. Padatnya aktivitas masyarakat ini, membuat masyarakat membutuhkan *refreshing* untuk melepas kepenatan dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan. Adapun salah satu hal yang dapat dilakukan dalam melepas kepenatan tersebut seperti berkumpul di kafe bersama keluarga ataupun bersama teman-teman.

Perkembangan zaman tersebut tidak hanya membuat perubahan pada aktivitas masyarakat, tetapi juga mengubah gaya hidup masyarakat yang mulai menyukai minuman kopi. Pada saat sekarang ini biji-biji kopi dapat diolah menjadi berbagai jenis minuman kopi yang dapat dinikmati sambil bersantai dengan teman ataupun keluarga.

Adanya fenomena ini memunculkan ide bagi para pebisnis untuk mendirikan sebuah usaha yang berorientasi pada kedai kopi atau yang lebih dikenal dengan kedai kopi (*coffee shop*). *Coffee shop* adalah sebuah bisnis yang berorientasi pada jasa *food service* yang menyediakan menu minuman berjenis olahan kopi dan teh. Sebab dengan adanya kedai kopi (*coffee shop*), para pencinta kopi dapat meminum kopi dengan cara pembuatan dan penyajian kopi yang berbeda-beda dengan cita rasa yang enak. Menu yang berkualitas dan suasana kafe yang nyaman merupakan beberapa hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih kedai kopi (*coffee shop*) sebagai tempat *refreshing* atau berkumpul dengan teman ataupun keluarga.

Namun pada saat ini kedai kopi atau *coffee shop* tidak hanya dikunjungi sebagai tempat untuk *refreshing* tapi juga menjadi tempat *meeting* bagi para pebisnis ataupun sebagai tempat untuk melakukan pekerjaan rumah atau tugas kuliah bagi para siswa dan mahasiswa, tak terkecuali bagi masyarakat di kota Padang, Sumatera Barat. Hal ini menuntut para

pebisnis kedai kopi (*coffee shop*) untuk dapat menerapkan strategi bagaimana menciptakan sebuah produk yang berkualitas ditambah dengan suasana kafe yang nyaman, yang dapat menarik minat beli konsumen untuk dapat berkunjung pada kedai kopi (*coffee shop*) mereka.

Dengan menu yang berkualitas, pelanggan akan mendapatkan cita rasa yang bagus dari produk yang ditawarkan. Dan suasana kafe yang nyaman akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan ketika mereka berada di kedai kopi (*coffee shop*).

Semakin banyak berdirinya kedai kopi (*coffee shop*) di kota Padang, para pemilik usaha ini dituntut untuk melakukan keunikan pada usaha mereka untuk menghadapi persaingan yang kompetitif dalam pasar ini. Pada umumnya kedai kopi (*coffee shop*) yang ada di kota Padang menawarkan harga yang relatif sama, jadi harga tidak menjadi hal yang terlalu dipertimbangkan konsumen dalam memilih kedai kopi (*coffee shop*). Untuk menarik minat konsumen, pengelola bisnis *coffee shop* dituntut untuk menciptakan keunggulan dalam hal kualitas produk dan menciptakan suasana kafe yang nyaman untuk bisa bersaing antar sesama pasar kedai kopi (*coffee shop*).

Kualitas produk merupakan sebuah hal penting yang perlu diperhatikan dalam menawarkan sebuah produk kepada konsumen. Sebab produk merupakan hal utama yang ditawarkan kepada konsumen dalam sebuah bisnis baik itu berupa barang ataupun jasa. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fernata, Rifki Septian, et al (2012) dalam jurnal “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko, dan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian *Coffee Shop* (Studi Kasus pada Kopikita *coffee and pop* Semarang” yang menghasilkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Kopikita *Coffee and Pop*. Ketika kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen berbeda jauh terhadap apa yang didapatkannya, kemungkinan akan membuat konsumen merasa tidak puas dan dapat beralih melakukan keputusan pembelian kepada produk pesaing.

Suasana kafe (*store atmosphere*) juga merupakan hal yang juga perlu dipertimbangkan dalam membangun sebuah bisnis retail ataupun *food services*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Esti Wulansari dan Tri Sudarwanto (2014) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh *Cafe Atmosphere* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Pos Shop Coffee Toffee Simpang Surabaya” yang menghasilkan bahwa adanya pengaruh parsial dari cafe atmosphere terhadap keputusan pembelian pada Pos Shop Coffee Toffee. Ketika suasana toko dapat memberikan kenyamanan pada konsumen, kemungkinan hal ini akan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Suasana kafe (*cafe atmosphere*) yang baik juga akan memberikan citra toko yang baik pula dalam sebuah bisnis.

Pada dasarnya proses pengambilan keputusan bagi semua orang adalah sama, namun ada faktor-faktor yang mempengaruhi yang membuat masing-masing individu mengambil keputusan yang berbeda seperti, faktor pribadi, psikologi, sosial dan faktor budaya. Menurut Kotler (2009:184), “keputusan pembelian adalah keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi”. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau tidak, perilaku pascapembelian. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2000: 437) “keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada”.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang yang bisa mempengaruhi konsumen dalam memilih dan mengambil keputusan pembelian. Menurut Kotler (2009), pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Kotler (2009:49), “kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat”.

Dari definisi dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan sebuah nilai yang dimiliki oleh suatu produk yang mana nilai tersebut disampaikan kepada konsumen secara tersirat melalui produk tersebut.

Jadi produk yang akan diberikan kepada konsumen haruslah benar-benar yang berkualitas yang memang dibutuhkan oleh konsumen dan memiliki pandangan yang baik dimata konsumen. Jangan sampai konsumen berpandangan negatif terhadap produk yang ditawarkan.

Faktor lain yang juga perlu diperhatikan pada keputusan pembelian konsumen pada kedai kopi (*coffee shop*) adalah suasana kafe (*cafe atmosphere*). Suasana kafe (*cafe atmosphere*) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya yang dapat menarik konsumen untuk membeli suatu produk (Kotler 2005). Suasana yang nyaman dan tenang menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi kafe tertentu. Bahkan terkadang konsumen yang lebih memilih makan di sebuah kafe dari pada makan di rumah dengan alasan menyukai *atmosphere* (suasana) pada kafe yang bersangkutan. Identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas dari atmosfernya.

Pada saat ini di kota Padang sudah banyak bermunculan kedai kopi (*coffee shop*) yang baru, mulai dari berdirinya usaha dengan nama sendiri dan juga mendirikan kedai kopi (*coffee shop*) dengan nama *franchise* yang sudah terkenal. Sehingga persaingan dalam pasar kedai kopi (*coffee shop*) di kota Padang cukup tinggi. Dalam menghadapi persaingan tersebut, hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana caranya untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Berikut daftar *Coffee Shop* yang ada di Kota Padang saat ini:

Tabel 1.1 Daftar *Coffee Shop* Di Kota Padang

No	Nama Coffee Shop	Alamat
1	Kedai Kopi Nunos	Jln. Rasuna Said No. 79
2	Rimbun Espresso and Brew Bar	Jln. KIS Mangunsarkoro A/10
3	Coffee Toffee Padang	Jln. Ahmad Yani No. 38
4	Kubik Koffie	Jln. Olo Ladang No. 12
5	Javapuccino	Jln. Bandar Purus N0. 43
6	Mama oky Coffee & Resto	Jln. Bandar Damar N0.19
7	Lalito Coffee and Tea	Jln. WR. Mongunsidi No. 2A
8	Pavilon Coffee	Jln. Hayam Wuruk No. 30 A
9	El's Coffee	Jln. Hayam Wuruk No. 29
10	Coffee Theory	Jln. Tepi Pasang No. 40-44
No	Nama Coffee Shop	Alamat
11	Steak and Coffee Padang	Jln. Dr. Moh Hatta 28 B
12	Coffee rest	Jln. Kaliberantas No. 17
13	Padang Green Market	Jln. Proklamasi (Tarandam)
14	KFC Coffee	Jln. Patimura No.23
15	J.co Donuts and Coffee	Basko Grand Mall dan SPR Plaza
16	Memento Coffee and Tea	Jln. Gereja (Depan Inna Muara)
17	Bengras Kopi	Jln. Raya Pasar Baru Unand
18	Konco Brew and Bar	Jln. Dr Moh Hatta No. 2 Pasar Ambacang

Selain itu para pengelola bisnis juga harus mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dari produk tersebut. Dan para pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk dan layanannya dalam upaya menciptakan kepuasan pelanggan.

Salah satu kedai kopi (*coffee shop*) yang cukup terkenal yang berada di kota Padang adalah Kubik Koffie. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, Kedai kopi (*coffee shop*) yang berdiri sejak 2014 lalu dan beralamat di Jalan Olo Ladang No. 12 ini selalu ramai dikunjungi oleh pengunjung setiap hari baik di hari kerja maupun akhir pekan. Kubik Koffie merupakan sebuah *coffee shop* yang menawarkan berbagai produk dengan menu minuman berjenis kopi, teh, *chocolate*, dan mojito. Selain itu Kubik Koffie juga menawarkan suasana kafe yang unik dengan gaya bangunan *rustic* dan *gravity*, Kubik Koffie juga menyediakan *smoking area* dan

no smoking area bagi pengunjungnya. Kubik Koffie juga sering dijadikan sebagai tempat sebuah *event kecil*, seperti akustikan, malam puisi dan *stand up comedy*.

Dari penjelasan diatas, penulis tertarik untuk membahas tentang pengambilan keputusan pembelian konsumen pada kedai kopi (*coffee shop*) Kubik Koffie dalam skripsi yang berjudul “ ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SUASANA KAFE (*CAFE ATMOSPHERE*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI KOPI (*COFFEE SHOP*) KUBIK KOFFIE”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen kedai kopi (*coffee shop*) Kubik Koffie
- 1.2.2 Bagaimana pengaruh Suasana Kafe (*Cafe Atmosphere*) terhadap keputusan pembelian konsumen kedai kopi (*coffee shop*) Kubik Koffie
- 1.2.3 Bagaimana pengaruh Kualitas produk dan Suasana Kafe (*Cafe Atmosphere*) terhadap keputusan pembelian konsumen kedai kopi (*coffee shop*) Kubik Koffie.

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen kedai kopi (*coffee shop*) Kubik Koffie.
- 1.3.2. Menganalisis pengaruh Suasana Kafe (*Cafe Atmosphere*) terhadap keputusan pembelian konsumen kedai kopi (*coffee shop*) Kubik Koffie.
- 1.3.3 Menganalisis pengaruh kualitas produk dan Suasana Kafe (*Cafe Atmosphere*) terhadap keputusan pembelian konsumen kedai kopi (*coffee shop*) Kubik Koffie.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Management kedai kopi (*coffee shop*) Kubik Koffie, bisa menjadi informasi untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih kedai kopi (*coffee shop*) yang diinginkan.

1.4.2 Bagi management kedai kopi (*coffee shop*)Kubik Koffie,bisa menjadi dasar dalam menyusun strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dalam pasar kedai kopi (*coffee shop*).

1.4.3 Menambah referensi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas atau mahasiswa jurusan manajemen khususnya tentang keputusan pembelian.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian menjadi lebih terarah dengan baik, maka hanya akan dibatasi untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas produk dan suasana kafe (*cafe atmosphere*) terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi (*coffee shop*), dan batasan khususnya konsumen Kubik Koffie.

