

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Trend* bisnis di bidang kuliner sangat menarik untuk diikuti, mengingat kebutuhan dan keinginan para konsumen yang tinggi dan bervariasi dalam hal kuliner. Konsep bisnis kuliner sangat beraneka ragam, seperti restoran, *cafe*, warung kaki lima dan lain-lain. Fenomena munculnya kebiasaan nongkrong atau berkumpul di *cafe* telah menjadi kebiasaan masyarakat, baik di kalangan para pelajar maupun orang dewasa. Kebiasaan ini membuat banyak pengusaha yang tertarik pada bisnis *cafe*. Bisnis *cafe* menjadi salah satu usaha yang menjanjikan untuk dijalankan saat ini. Munculnya *cafe-cafe* baru yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing *cafe* tersebut. *Cafe* harus mampu menciptakan unsur pembeda produk dan tawarannya di pasar. Masing-masing tawaran *cafe* mempresentasikan ide yang besar dan berbeda di benak konsumen yang menjadi sasarannya.

Salah satu cara untuk memenangkan pasar persaingan adalah membuat perbedaan. Menciptakan suatu perbedaan terkait persaingan dapat berpengaruh terhadap *purchase decision* atau keputusan pembelian. Menurut Isa & Istikomah (2020), keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen, yang mempelajari individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Djohan (2021) Keputusan pembelian adalah proses penentuan minat terhadap produk selama proses pembelian.

Keputusan ini adalah keputusan akhir yang tidak dapat dipertanyakan lagi karena telah melalui proses seleksi. Elemen ini sangat penting dalam keputusan pembelian. Keputusan pembelian mencerminkan nilai atau harapan terhadap pembelian yang meliputi preferensi merek, jumlah, saluran distribusi, metode pembayaran, dan waktu pembelian. Menurut Supu, et al (2021) , keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen mengidentifikasi masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi seberapa efektif setiap alternatif dalam menyelesaikan masalah tersebut, yang pada akhirnya mengarah pada keputusan pembelian. Dari beberapa pilihan cafe yang ada saat ini, ada beberapa hal penting yang merupakan alasan konsumen memilih suatu cafe. Setiap konsumen mempunyai ekspektasi berbeda-beda. Ekspektasi yang dimiliki konsumen belum tentu dapat membuat konsumen tersebut untuk melakukan pembelian pada suatu cafe. Harapan tersebut harus dapat didorong sehingga dapat memunculkan keinginan untuk melakukan pembelian. Salah satu faktor yang dapat menjadi pendorong dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen cafe adalah suasana cafe.

Agar sebuah cafe dapat berhasil, usaha tersebut harus lebih kreatif dan inovatif dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, baik dari segi kualitas pelayanan, makanan, maupun suasana yang ditawarkan. Suasana cafe merupakan kombinasi dari elemen fisik arsitektur seperti desain interior, desain eksterior, tata letak toko, dan tampilan interior. Suasana cafe bertujuan untuk membentuk persepsi konsumen dalam membeli produk.

Suasana cafe juga memiliki dampak penting pada cafe karena dapat membuat pelanggan merasa nyaman dan betah saat berkunjung. Penerapan atmosfer toko yang tepat dan baik dapat menciptakan kesan yang harmonis serta memperbaiki citra perusahaan di mata pelanggan, sekaligus memotivasi mereka untuk membuat keputusan pembelian (Wijayanti and Saraswati,2021). Penelitian yang dilakukan oleh Pulungan,et al (2023) , menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* atau keputusan pembelian. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian dari (Haryani,et al ,2024).

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi *purchase decision* atau keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini suatu usaha dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merujuk pada upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik dalam hal jasa maupun produk, dengan tujuan memenuhi harapan mereka, (Tjiptono,2019). Memberikan pelayanan yang memuaskan dapat memberikan dampak positif bagi kafe tersebut dan menarik pelanggan untuk berkunjung. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Khaira,(2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* atau keputusan pembelian. Hasil senada juga diungkapkan oleh penelitian dari Budiono & Siregar,(2023).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah persepsi harga. Persepsi harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang fleksibel, yang

berarti dapat dengan mudah diubah sesuai dengan kondisi yang ada. Persepsi harga juga memiliki dampak signifikan pada konsumen. Secara umum, persepsi harga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian, di mana kebanyakan konsumen menilai nilai produk (gabungan antara harga dan kualitas) saat membuat keputusan. Penetapan harga oleh penjual mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, karena harga yang terjangkau cenderung mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Persepsi konsumen terhadap harga dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli suatu produk (Tobing & Setiawan, 2019). Persepsi harga adalah pandangan atau kesan pelanggan mengenai nilai kualitas suatu produk berdasarkan harga yang ditawarkan. Persepsi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti suasana toko, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lainnya. Persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan baik secara positif maupun negatif. Penentuan harga sangat penting karena perusahaan harus menetapkan harga yang membuat konsumen tertarik untuk membeli (Utomo & Maskur, 2022). Persepsi harga mencerminkan penilaian subjektif pelanggan tentang apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan manfaat dan kualitas yang mereka terima. Dalam hal ini, pelanggan akan menilai apakah harga produk terjangkau dan sesuai dengan nilai yang diberikan oleh rasa dan kualitas yang disajikan, sehingga persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Muflihah & Khalid, 2024). Fenomena persepsi harga pada cafe adalah suatu proses psikologis yang terjadi ketika konsumen menilai atau manfaat dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh cafe lighthouse berdasarkan harga yang ditetapkan. Penelitian yang dilakukan oleh

(Paludi & Juwita,2024) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil serupa juga diungkapkan dalam penelitian Anisa et al., (2024).

Salah satu provinsi yang memiliki potensi wisata yang besar adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki destinasi wisata yang tidak kalah bagus untuk dikunjungi bisa sebagai tempat edukasi, belajar tentang sejarah selain itu masih banyak tempat-tempat wisata alam yang indah. Pariwisata merupakan salah satu pengelolaan sumber daya alam yang semestinya dilakukan, karena mempunyai sifat bermanfaat bagi kehidupan manusia dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat yang melakukan pengembangan pariwisata tersebut. Salah satu wisata yang mendorong perekonomian Indonesia adalah wisata kuliner. Wisata kuliner merupakan bagian yang dapat menarik kedatangan pengunjung, karena kuliner dapat melengkapi perjalanan wisatawan pada suatu daerah (Siregar,2023). Daerah Sumatera Barat memiliki beragam jenis kuliner yang dapat kita jumpai mulai itu dari yang modern sampai dengan yang tradisional. Adapun salah satu Kota di Sumatera Barat yang banyak dikunjungi karena menawarkan beragam jenis kuliner yaitu Kota Padang.

Kota Padang merupakan salah satu kota yang memiliki daya tarik kuliner dan sebagai ikon kuliner yang berpotensi untuk dikembangkan karena memberi nilai tambah bruto serta penyerapan tenaga kerja sebagai hasil dari kuliner yang sangat bervariasi, kreatif, dan terkenal dengan kelezatannya (Naldi,2020). Perkembangan *food & beverage* (F&B) di Kota Padang telah menghadirkan beragam variasi serta inovasi yang disesuaikan dengan tren kuliner terkini.

Beberapa tahun terakhir di Kota Padang bermunculan cafe dan *coffeeshop* yang menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman yang menjadikan sebuah daya tarik. Berikut beberapa nama cafe yang dikunjungi konsumen di Kota Padang berdasarkan konsep (*view laut*) yang sama yang dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1 Daftar Nama Cafe Di Kota Padang Berdasarkan *View Laut***

No	Nama Cafe
1	The Pagang Cafe
2	Hill's Cafe & Resto
3	D'fanara Coffee Shop & Resto
4	Marawa Beach Club
5	<b>Lighthouse</b>
6	Kookiez Kafe
7	Ballad Beach
8	Ocean Hills

*Sumber: google (2024)*

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa adanya beberapa cafe di Kota Padang yang dapat menjadi pilihan bagi masyarakat di Kota Padang dengan konsep yang sama yaitu *view laut*. Namun, dari 8 cafe diatas Lighthouse menjadi cafe pertama yang menyungung konsep dengan pemandangan laut. Cafe ini menawarkan suasana yang nyaman dengan pemandangan laut yang memukau, menjadikannya pilihan utama bagi pengunjung yang ingin menikmati keindahan alam sambil menikmati hidangan. Hal ini berarti bahwa masyarakat Kota Padang semakin konsumtif dalam bidang kuliner.

Persaingan antara cafe dan restoran yang sudah lama berdiri harus tetap mempertahankan bagaimana caranya cafe dan restorannya tetap eksis dan mempertahankan kesuksesannya walaupun persaingan cafe dan restoran kian menjamur.

Salah satu cafe yang ada di Kota Padang adalah Lighthouse Padang yang berlokasi di Jalan Padang-Bengkulu, Teluk Bayur, Kecamatan Padang Selatan, Kota Padang, Sumatera Barat. Lighthouse Padang merupakan cafe yang berada di pinggir pantai atau berada di pinggir laut yang sangat indah. Tempat ini mempunyai pemandangan alam yang sangat mempesona, seperti lautan yang terlihat sangat jelas dari cafe tersebut, udara yang terdapat disini sangat sejuk sehingga membuat nyaman berada lama-lama. Cafe Lighthouse dapat dilihat pada gambar 1 berikut :



**Gambar 1 Cafe Lighthouse**

*Sumber : IG Lighthouse padang*

Lighthouse Padang adalah tempat yang ideal untuk menghabiskan waktu berkualitas bersama teman, keluarga, atau kerabat. Dengan konsep yang unik dan pemandangan alam yang mempesona, seperti panorama lautan yang eksotis, tempat ini menjadi salah satu objek wisata kuliner yang populer di Padang dan viral di berbagai media sosial. Cafe ini menjadi salah satu cafe populer di Kota Padang terutama bagi generasi muda yang mencari tempat nyaman untuk berkumpul, bekerja, atau sekadar menikmati waktu santai bersama teman-teman. Dengan

suasana yang modern dan menu yang variatif, cafe ini berhasil menarik perhatian banyak pengunjung.

Meskipun baru dibuka pada 31 Juli 2021, Lighthouse Padang menawarkan pengalaman bersantap di kafe *indoor* dan *outdoor* yang memanjakan pengunjung dengan keindahan alam yang istimewa. Tempat ini cukup luas, nyaman, dan dilengkapi dengan fasilitas yang memadai. Daya tarik utama Lighthouse Padang terletak pada pesona alamnya, di mana pelanggan dapat menikmati pemandangan lautan biru yang menawan. Berikut ini adalah tabel tentang jumlah pengunjung (konsumen) yang melakukan pembelian di cafe Lighthouse Padang dari tahun 2021-2024.

**Tabel 2 Jumlah Pengunjung Cafe Lighthouse Padang Tahun 2021-2024**

<b>Periode</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
Juli 2021-juli 2022	9,583
Juli 2022- juli 2023	8,925
Juli 2023- juli 2024	8,096
<b>Total</b>	<b>26,204</b>

*Sumber: cafe Lighthouse Padang*

Sejalan dengan mulai banyaknya bisnis cafe di Kota Padang yang menerapkan konsep dan tema tertentu, cafe Lighthouse Padang mengalami fluktuasi jumlah pengunjung dari juli tahun 2021- juli 2024. Pada juli tahun 2021- juli 2022 cafe Lighthouse memperoleh jumlah pengunjung sebanyak 9,583. Pada juli tahun 2022- juli 2023 jumlah pengunjung cafe Lighthouse sebanyak 8,925. Kemudian pada juli tahun 2023- juli 2024 jumlah pengunjung cafe Lighthouse sebanyak 8,906. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pengunjung cafe Lighthouse Padang menurun.

Berdasarkan survei yang dilakukan melalui situs resmi Lighthouse Padang, didapatkan hasil survei sebanyak 30 komentar/ulasan yang menunjukkan fenomena terkait dengan suasana cafe yang kurang memadai. Banyak pelanggan yang merasakan bahwa suasana cafe tidak mendukung pengalaman berbelanja yang nyaman dan menyenangkan. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak cafe kepada pelanggan dan harga yang mahal dirasakan oleh pelanggan saat datang ke Lighthouse Padang. Suasana cafe, kualitas pelayanan dan persepsi harga merupakan faktor-faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berikut beberapa komentar atau ulasan dari pelanggan terhadap cafe Lighthouse yang dilakukan melalui survei awal dengan melibatkan 30 komentar/ulasan, diantaranya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3 Ulasan Pelanggan Lighthouse Padang**

No	Ulasan Pelanggan
1	“percayalah tempat ini cuma jual view untuk makanan/minuman sangat tidak rekomen pelayanannya juga buruk. sangat buruk. gak akan kembali kesini lagi, percaya deh. banyak tempat bagus, pelayanan bagus, dan makanan enak selain disini. pokoknya sangat tidak worth it”.
2	“pemandangannya sangat elok, namun penataan jumlah kursi di ruangan sempit (walau 3 sisi dindingnya adalah kaca) sangat padat sehingga menjadi kurang nyaman...”
3	“lokasi tempat sangat bagus. tapi kurangnya dipelayanan dan mahal tidak sesuai dengan kualitas”.
4	“baru pertama saya memberi ulasan buruk, pelayanan sangat buruk, 1 jam menanti makanan, dan menanyakan ke waiter makanan yang dipesan, dengan santainya baru memberikan info kalau makanan yang dipesan sudah habis, dan beberapa makanan yang dipesan berstatus pending ( baru ada jawaban 2 jam lagi ) baru pertama saya makan berstatus pending setelah menanti 1 jam lebih pula...”
5	“overall sih bagus. harga untuk ukuran tempat seperti ini sedikit mahal, tapi masih masuk akal.”

No	Ulasan Pelanggan
6	“harga mahal untuk jenis makanannya, lokasi kurang jelas, papan tanda masuk kecil sekali sehingga mudah terlewat, interior bagus tapi sayang AC nya tidak cukup pendinginannya sehingga menjadi pengap dan gerah”.

Sumber : [www.lighthousepadang.com](http://www.lighthousepadang.com)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat review yang kurang baik terkait Lighthouse Padang. Konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Lighthouse Padang cenderung memberikan review yang negatif, dimana konsumen menjelaskan terkait pelayanan yang kurang baik yang diberikan Lighthouse Padang seperti lamanya menunggu makanan datang. Tabel diatas juga menjelaskan buruknya tingkat kualitas pelayanan yang ada pada Lighthouse Padang, hal ini dapat dilihat dari pelayanan masuk yang rumit. Pelanggan yang ingin datang harus melakukan reservasi terlebih dahulu dan membeli voucher seharga Rp50.000,-. Namun meskipun sudah melakukan reservasi dan membeli voucher terlebih dahulu, masih banyak pelanggan yang harus menunggu lama untuk pesanan mereka datang, sehingga pelanggan hanya menghabiskan waktu menunggu makanan. Kemudian dari segi harga, beberapa konsumen mengatakan sedikit mahal atau *pricey*.

Setelah ditelusuri melalui ulasan pada website cafe Lighthouse Padang, didapatkan respon sebanyak 30 ulasan yang diambil secara acak. Ulasan yang diberikan oleh pelanggan pada website terdiri dari ulasan positif dan ulasan negatif yang dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4 Kategori Ulasan Pelanggan**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Positif	13	43,3%
Negatif	17	56,7%
Total	30	100

*Sumber: data diolah (2024)*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa sebanyak 43,3% ulasan yang diberikan pelanggan tentang cafe Lighthouse Padang tergolong positif. Sedangkan sebanyak 56,7% ulasan yang diberikan pelanggan tentang cafe Lighthouse Padang tergolong negatif. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan memiliki pengalaman yang kurang memuaskan atau menghadapi masalah selama kunjungan mereka. Meskipun ada ulasan positif, sebagian besar *feedback* menunjukkan adanya area yang perlu diperbaiki oleh pihak cafe untuk meningkatkan suasana cafe agar menjadi lebih nyaman, kualitas layanan, harga yang ditawarkan cafe sesuai dengan *feedback* yang dikeluarkan oleh pelanggan atau aspek lain yang berhubungan dengan pengalaman pelanggan.

Dilihat dari harga, Lighthouse Padang menawarkan harga yang cukup tinggi untuk setiap menu yang ditawarkan. Harga ini dianggap terlalu tinggi jika dibandingkan dengan cafe lain yang sejenis di Kota Padang. Daftar harga Lighthouse Padang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 5 Daftar Harga Cafe Lighthouse Padang dan Hills Cafe & Resto**

<b>Lighthouse Padang</b>		<b>Hills cafe &amp; resto</b>	
<b>Coffee</b>	<b>Harga</b>	<b>Coffee</b>	<b>Harga</b>
Espresso	18.000,- hot	Espresso	10.000,- hot
Kopi susu lighthouse	25.000,-iced	Coffee milk hill's	27.000,- iced
Coffee freeze	32.000,- iced	Coffee latte	27.000,- iced

Lighthouse Padang		Hills cafe & resto	
Coffee	Harga	Coffee	Harga
Non coffee	Harga	Non coffee	Harga
lychee tea	28.000,- iced	Lychee tea	22.000,- iced
Snow choco	32.000,- iced	Choco milkshake	27.000,- iced
Green tea latte	35.000,- iced	Green tea latte	27.000,- iced
Food	Harga	Food	Harga
Lighthouse fried rice	39.000,-	Nasi goreng special hill's	35.000,-
Soup buntut	65.000,-	Soup buntut	55.000,-
Beef black pepper	40.000,-	Beef black pepper	35.000,-

Sumber: [www.lighthousepadang.com](http://www.lighthousepadang.com) dan daftar menu Hills cafe & resto

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dua cafe dengan konsep alam dan pemandangan pantai yang ada di Padang memiliki penawaran harga yang sangat kompetitif. Namun jika dilihat secara keseluruhan Lighthouse Padang memberikan penawaran harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan Hills cafe & resto. Salah satunya dapat dilihat pada menu bagian non coffee, dimana untuk menu green tea latte Lighthouse memberikan harga lebih mahal daripada Hills cafe & resto. Di sisi psikologis, harga yang rendah sering diasosiasikan dengan kualitas yang rendah, sedangkan harga yang tinggi biasanya dianggap mencerminkan kualitas yang lebih tinggi.

Berdasarkan survei yang dilakukan terkait suasana cafe, kualitas pelayanan hingga harga yang ditawarkan oleh cafe Lighthouse kepada konsumen cenderung memiliki penilaian yang kurang memuaskan dan jumlah pengunjung mengalami penurunan setiap tahunnya, sehingga perlu dilakukan *cross check* data dari berbagai sumber dan memperdalam analisis untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat

mengenai situasi pada cafe Lighthouse Padang tentang mengapa cafe Lighthouse Padang mengalami penurunan jumlah pengunjung dan bagaimana cara terbaik untuk mengatasi masalah yang ada.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas dan fenomena yang telah terjadi saat ini serta telah dilakukannya survei maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Lighthouse Padang (Survei Pada Pengunjung Cafe Lighthouse Padang)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Suasana Cafe Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Lighthouse Padang ?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Lighthouse Padang ?
3. Bagaimana Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Lighthouse Padang ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah, untuk :

1. Mengetahui Pengaruh Suasana Cafe Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Lighthouse Padang.
2. Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Lighthouse Padang.
3. Mengetahui Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Lighthouse Padang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan diatas maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pembelajaran dan kajian ilmu serta bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran di masa mendatang terkait Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Lighthouse Padang yang diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pelaku bisnis atau pihak lainnya untuk menambah pengetahuan baru bagaimana pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan

Pembelian pada Cafe Lighthouse Padang dan menjadikan bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan penjualan.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada pembahasan pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada pengunjung Cafe Lighthouse Padang.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran keseluruhan penelitian yang digambarkan sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini akan membahas dan mendeskripsikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II: TINJAUAN LITERATUR**

Bab ini akan menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yaitu pengertian deskripsi Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian, variabel penelitian, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, serta pengembangan hipotesis.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini akan menggambarkan tentang lokasi penelitian, jenis data, sumber data, Teknik pengumpulan data, populasi dan sampel data, serta analisis data.

### **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan menjelaskan karakteristik sampel penelitian (responden) yang dapat dikemukakan dalam bentuk tabel dan gambar.

### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan, saran, batasan, implikasi penelitian dan rekomendasi terhadap penelitian selanjutnya.

