

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era zaman ini persaingan di dunia bisnis membuat setiap pengusaha bersaing dengan ketat, pengusaha harus dapat mempertahankan bisnisnya untuk melawan para pesaing. Dalam hal ini, pengusaha dituntut untuk pintar dalam mengatur strategi usahanya. Strategi bagaimana caranya dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda-beda atau selalu bervariasi. Setiap pengusaha dalam bisnis apapun, dituntut agar mempunyai kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi terutama terhadap apapun yang diinginkan konsumen. Dalam bisnis apapun strategi yang baik adalah hal yang utama harus diperhatikan oleh pengusaha.

Banyak beragam bisnis yang dapat dijadikan peluang usaha. Salah satu bisnis yang sedang berkembang yaitu bisnis *cafe*. Saat ini, banyak para pengusaha atau produsen *cafe* yang terlibat dalam memenuhi keinginan konsumen. Pada zaman ini, tidak sedikit kaum milenial memiliki hobi seperti nongkrong, hiburan, dan berkumpul di *cafe* yang unik dan nyaman. Salah satunya yaitu *Coffee shop* yang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. *Coffee shop* membuat fenomenal budaya dan social baru. *Coffee shop* sangat diminati oleh berbagai kalangan masyarakat khususnya pecinta kopi. Tidak hanya untuk pecinta kopi, pecinta non kopi pun dapat mengunjungi *coffee shop* karena *coffee shop* sekarang banyak menyediakan berbagai menu dari mulai jenis minuman kopi, non kopi, makanan ringan, hingga makanan berat. Selain itu menikmati sajian menu di *coffee shop* juga dapat dijadikan tempat untuk memperluas jaringan bersosialisasi, bahkan dapat dijadikan tempat untuk melakukan prospecting bussines antar eksekutif. Bagi mahasiswa dapat dijadikan tempat alternatif untuk mnegerjakan tugas-tugas kuliah, sehingga keberadaan *coffee shop* akan terus berkembang.

Salah *coffee shop* yang sedang berkembang dan semakin menjamur adalah *coffee shop* di Kabupaten Garut. Banyak *coffee shop* yang bersaing ketat dalam

memenuhi kebutuhan konsumen atau dalam menciptakan cafe-cafe yang berkualitas, nyaman, unik, dan dapat menjadi salah satu cafe terbaik yang dikunjungi para konsumen. Seperti dari produk menu makanan dan minuman yang di tawarkan, dari harga, fasilitasnya dan yang paling penting dari pelayanan, lokasi dan suasana cafenya yang pada saat ini banyak dicari oleh kalangan konsumen, karena tidak sedikit konsumen yang memilih cafe hanya untuk foto-foto atau menikmati suasanaya dan lainnya atau juga dapat dari hal-hal pendukung yang diberikan seperti live music dan wifi. Bervariasinya cafe yang ada membuat konsumen akan lebih selektif dalam memilih cafe yang akan dikunjungi. Konsumen akan memilih cafe dengan kualitas terbaik yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Kabupaten Garut adalah salah satu daerah yang memiliki banyak tempat untuk nongkrong khususnya *coffee shop*, seperti kopi jaya, kopilogi, kopi talkie, dan masih banyak lagi. Dan salah satu *coffee shop* di Kabupaten Garut yang banyak diminati atau dikunjungi konsumen adalah kopi jaya yang berlokasi di Jl. Raya Samarang No.119, Sukagalih, Kec. Tarogong Kidul, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44151, lokasi yang strategis, ramai, selain itu lokasi *coffee shop* ini dekat dengan kampus Uniga, tentunya banyak mahasiswa yang dapat berkunjung ke *coffee shop* kopi jaya ini. Selain untuk kalangan mahasiswa, lokasi dan suasana kopi jaya ini cocok untuk keluarga dan semua kalangan karena dengan suasana dan lokasi ada indoor dan outdornya cocok untuk bersantai, berkumpul, dan hal lainnya. Berikut data pengunjung *coffee shop* kopi jaya di Kabupaten Garut perubulan di 6 bulan terakhir ini.

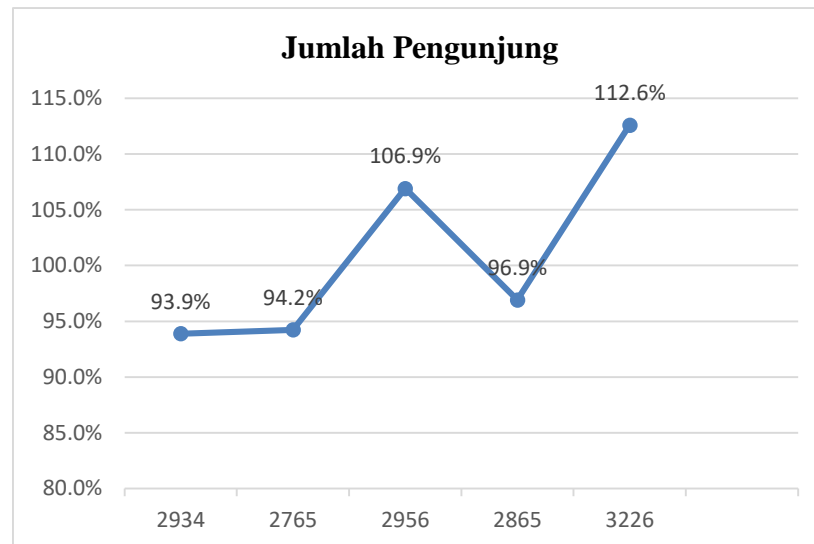
Tabel 1.1
Pengunjung *Coffee Shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut Enam Bulan
Terakhir

Bulan	Jumlah Pengunjung
September 2021	3125
Oktober 2021	2934
November 2021	2765
Desember 2021	2956
Januari 2022	2865
Februari 2022	3226

Sumber: Data *Coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut

Berdasarkan tabel diatas pengunjung kopi jaya perbulannya rata-rata sebanyak 2700 sampai 3000 pengunjung, dan untuk perharinya rata-rata kurang lebih sebanyak 100 pengunjung. Pada bulan september 2021 jumlah pengunjung sebanyak 3125 pengujung perbulannya, pada bulan oktober 2021 sebanyak 2934 pengujung perbulannya, pada bulan November 2021 berjumlah 2765 pengujung perbulannya, pada bulan desember sebanyak 2865 pengujung perbulannya, pada bulan januari 2022 berjumlah 2865 pengujung perbulannya dan pada bulan februari 2022 sebanyak 3226 pengujung perbulannya.

Untuk lebih jelasnya melihat perkembangan jumlah pengunjung dapat dilihat dari gambar grafik berikut:



Gambar 1.1
Perkembangan Pengunjung *Coffee Shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut
Enam Bulan Terakhir

Sumber: Data *Coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut

Berdasarkan grafik tersebut jumlah pengunjung enam bulan terakhir ini mengalami fluktuasi meskipun tidak terlalu signifikan. Dari bulan september sampai bulan November mengalami penurunan pengunjung dan dari bulan November ke bulan desember meningkat lagi, dari bulan desember 2021 ke bulan januari tahun 2022 turun jumlahnya, tetapi dari bulan januari hingga februari meningkat lagi. Untuk jumlah pengunjung tertinggi yaitu pada bulan februari 2022 yaitu sebanyak 3226 pengunjung perbulannya dan untuk perharinya dapat di rata-ratakan 115 pengunjung.

Keputusan pembelian konsumen ini tidak terlepas dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya untuk memutuskan membeli atau berkunjung ke kopi jaya di Garut ini. Faktor pertama yaitu dari kualitas produknya, Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Namun pada dasarnya, konsumen membeli produk yang

dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat kualitas dari produk tersebut. Kualitas produk merupakan faktor penentu melakukan pembelian. Konsep Produk menyatakan konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan paling bermutu, berprestasi atau inovatif. Selain itu, factor kedua yaitu suasana toko atau suasana kafenyang yang biasa di sebut juga *Store Atmosphere*. Suasana tempat ialah alah satu yang selalu dipertimbangkan dalam memilih cafe untuk dikunjungi oleh masyarakat. Sebelum seseorang ataupun sekelompok orang memutuskan untuk makan atau minum disuatu tempat, akan terlebih dahulu mempertimbangkan interior, desain, dan suasana dalam cafe tersebut.

Cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda. *Store atmosphere* (suasana toko) bisa menjadi alternatif untuk membedakan cafe yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan diperlukan karena dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama. *Store atmosphere* bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh (Levy dan Weitz, 2001) "*Customer purchasing behavior is also influenced by the store atmosphere*". Dalam keputusan pembelian, konsumen tidak hanya memberi respon terhadap barang dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan pembelian yang menyenangkan bagi konsumen. Hal ini membuat konsumen tersebut memilih toko, rumah makan, atau cafe yang disukai dan melakukan pembelian dengan menghasilkan rasa puas pada diri konsumen

Suasana toko berhubungan dengan para manajer melalui rancangan desain bangunan, ruang interior, tata ruang, lorong- lorong, tekstur karpet dan dinding, bau, warna, bentuk dan suara yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Dimana menurut (Kotler, 2016) menggambarkan suasana toko sebagai usaha merancang lingkungan membeli untuk menghasilkan pengaruh emosional khusus kepada pembeli untuk meningkatkan pembeliannya. (Utami, 2017) memaparkan bahwa suasana toko merupakan kombinasi dari karakteristik fisik, seperti arsitektur, tata letak (display), pencahayaan, warna, temperatur, musik, serta

aroma yang bertujuan untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk.

Suasana pada *Coffee shop* Kopi jaya Kabupaten Garut ini memberikan suasana indor dan outdoor menyediakan meja-meja untuk berbincang, menyediakan tempat lesehan juga dengan disediakan kursi bantal yang nyaman untuk bersantai, selain itu suasana keindahan dan keunikan lampu-lampu yang ada apalagi dimalam hari terlihat bagus. Pada kopi jaya ini juga menyediakan fasilitas live music, wifi dan fasilitas lainnya yang tentunya bikin konsumen nyaman ketika berkunjung ke kopi jaya dan memutuskan untuk membeli produk dan nongkrong serta berkumpul di kopi jaya Garut. Selain itu suasana dalam cafe yang sejuk dan nyaman membuat konsumen merasa betah berada lama di dalam cafe. Karena dengan adanya suasana yang menyenangkan dapat menciptakan kepuasan dalam benak konsumen sehingga konsumen akan tertarik dengan produk pada cafe tersebut. Jadi dengan suasana toko atau *coffee shop* yang baik akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, seperti halnya dari hasil penelitian Bonaventura Kukuh Adianto pada tahun 2020 menyatakan bahwa hasil penelitiannya suasana toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Selain suasana toko, kualitas pelayanan dari pihak pelayan atau karyawan *coffee shop* sangatlah perlu diperhatikan, karena konsumen akan melihat pelayanannya pada tempat tersebut baru konsumen akan memutuskan pembelainnya ketika pelayanan yang diberikan baik.. Kualitas pelayanan tentu dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya yaitu pada sejauh mana kemampuan perusahaan mampu melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya. Dijelaskan oleh (Kotler, 2016) bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Konsumen merupakan faktor terpenting bagi perkembangan suatu usaha karena tanpa konsumen usaha tidak akan dapat menjalankan kegiatan usahanya. Oleh karena itu, pengusaha dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberi kesan yang baik pada konsumen. Salah satu faktor

yang mendalam bagi konsumen adalah memberi kepuasan melalui kinerja pelayanan yang baik dan berkesan baik juga. Menurut (Tjiptono, 2016) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.. Sedangkan menurut (Rambat Lupiyoadi, 2017) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh. Konsumen akan menilai kualitas sebuah pelayanan yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Konsumen akan beralih ke penyedia pelayanan lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik konsumen dan memberikan layanan yang lebih baik. Kualitas pelayanan sangat penting mulai dari berkomunikasi yang baik, tepat waktu, perilaku yang sopan dan berpakaian yang rapi, sehingga konsumen terdorong untuk memutuskan pembelian. Menurut penelitian yang telah dilakukan Arif Dili Aprilianto tahun 2020 menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Untuk dapat mengetahui tanggapan konsumen mengenai suasana toko atau suasana cafe, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian di Kopi Jaya Garut, peneliti melakukan pra survei dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada 30 orang konsumen, hasil pra survei nya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Hasil Pra-Survei

No	Variabel	Pertanyaan	Hasil	
			Setuju	Tidak Setuju
1	Kualitas Produk	Apakah Kualitas Produk yang diberikan pada kopi jaya sudah baik dari pada produk Coffee shop lain nya?	17 orang atau 57%	13 orang atau 43%
		Apakah Variasi Produk pada kopi jaya sudah cukup bervariasi?	9 orang atau 30%	21 orang atau 70%
		Apakah kopi jaya bagus dalam Kebersihan dalam penampilan makanan dan minumannya?	30 orang atau 100%	-
2	Suasan Toko/Suasana Cafe	Apakah suasana di Kopi Jaya terasa aman, tentram, dan nyaman?	20 orang atau 67%	10 Orang atau 33%
		Apakah suasana di Kopi Jaya memiliki hiasan dengan desain yang unik berbeda dengan yang lainnya?	17 orang atau 57%	13 orang atau 43%
		Apakah eksterior (tampilan luar) membuat anda sangat ingin mengunjungi Kopi Jaya?	21 orang atau 70%	9 orang atau 30%
3	Kualitas Pelayanan	Apakah anda mendapatkan pelayanan yang cepat oleh pegawai Kopi Jaya?	13 orang atau 43%	17 orang atau 57%

No	Variabel	Pertanyaan	Hasil	
			Setuju	Tidak Setuju
		Apakah pelayanan yang diberikan karyawannya Kopi Jaya baik, ramah dan sopan?	16 orang atau 55%	14 orang atau 45%
		Apakah pelayanan yang diberikan sangat berkesan dan anda merasa senang?	15 orang atau 50%	15 orang atau 50%
4	Keputusan Pembelian	Apakah anda memutuskan pembelian di Kopi Jaya setelah membandingkannya dengan <i>Coffee shop</i> yang lain?	18 orang atau 60%	12 orang atau 40%
		Apakah anda memutuskan pembelian di Kopi Jaya karena produknya lebih berkualitas, suasana cafe yang bagus, nyaman dan pelayanan yang baik?	21 orang atau 70%	9 orang atau 30%
		Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk	23 orang atau 74%	7 orang atau 26%

Sumber: Diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tanggapan konsumen pada hasil pra-survei tersebut, dapat diketahui bahwa dengan beberapa pertanyaan tentang kualitas produk 62% menjawab setuju dan 38% menjawab tidak setuju suasana toko atau suasana kafanya rata-rata 65% konsumen menjawab setuju dan 35% menjawab tidak setuju. Untuk kualitas pelayanan 49% menjawab setuju dan 51% menjawab tidak setuju. Dan untuk pertanyaan keputusan pembelian 68% menjawab setuju dan 32%

menjawab tidak setuju. Dapat disimpulkan untuk suasana cafe nya masih terbilang minim karena terdapat beberapa konsumen yang memberikan respon negatif terhadap pertanyaan dalam pra-survei, diantaranya dari 30 responden 10 orang atau 33% konsumen merasa suasana di Kopi Jaya belum merasa aman, nyaman, dan tentram, 13 orang atau 43% konsumen merasa desain dan hiasannya di Kopi Jaya masih kurang, 9 orang atau 30% konsumen merasa eksteriornya masih kurang. Untuk kualitas pelayanannya masih ada beberapa konsumen yang berpendapat kurang atau tidak setuju seperti 17 orang atau 57% konsumen merasa belum mendapatkan pelayanan yang cepat di Kopi Jaya, 14 orang atau 45% konsumen merasa belum semua merasakan keramahan dan kesopanan dari pelayanannya, 15 orang atau 50% konsumen merasa tidak merasa berkesan atas pelayanan yang diberikan Kopi Jaya.

Dan untuk keputusan pembeliannya beberapa konsumen berpendapat kurang atau tidak setuju seperti 12 orang atau 40% merasa tidak membandingkan dulu dengan *coffee shop* lain ketika memutuskan pembelian di Kopi Jaya. 9 orang atau 30% kurang setuju dalam memutuskan pembeliannya melihat produk yang berkualitas, suasana dan dan pelayanan yang baik di Kopi Jaya. Dan 7 orang atau 26% kurang setuju informasi yang diberikan sesuai dengan keadaan di Kopi Jaya. Berdasarkan pemaparan pra-survey tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel suasana toko atau suasana cafe, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian di Kopi jaya belum sepenuhnya terlaksana dengan baik. Hal ini menjadi sebuah permasalahan yang harus segera diatasi oleh pengusaha karena menyangkut keberlangsungan hidup Kopi Jaya. Oleh karena itu Kopi Jaya harus dapat lebih merancang lagi strategi, selain melakukan inovasi suasana cafe dan pelayanannya, Kopi Jaya turut mengembangkan juga hal-hal lainnya agar konsumen merasakan kesesuaian untuk memutuskan pembelian di Kopi Jaya Garut.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Coffee Shop Kopi Jaya Kabupaten Garut)”**.

B. Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang di atas terdapat identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian (Y) di coffee shop Kopi jaya Kabupaten Garut tidak terlalu signifikan dan mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung *coffee shop* Kopi jaya Kabupaten Garut enam bulan terakhir dari bulan September 2021 sampai Februari 2022 mengalami fluktuasi walaupun tidak terlalu signifikan tetapi tidak stabil.
2. Keputusan pembelian (Y) di Kopi Jaya sangat minim, hal ini karena produk yang disediakan Kopi Jaya belum terlalu bervariasi. Selain itu Suasana *coffee shop* Kopi jaya Kabupaten Garut memiliki interior dan eksterior yang bagus, halaman luas, dan desain unik, tetapi hasil pra-survei masih ada beberapa pengunjung yang berpendapat kurang setuju dan suasana *coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut masih kurang tenang dan nyaman. Dan Kualitas pelayanan pada konsumen Kopi jaya Kabupaten Garut yang diberikan pegawai masih dianggap kurang oleh konsumen, beberapa konsumen berpendapat pelayanannya terbilang lama.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut?
2. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut?
3. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, suasana toko dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut.
2. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut.
4. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Kopi Jaya Kabupaten Garut.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta memberikan kontribusi untuk semua pihak, adapun manfaat penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada peneliti sendiri untuk menyelaraskan ilmu selama perkuliahan, terutama dalam ilmu manajemen pemasaran, dapat memberikan informasi tambahan dan pengetahuan lebih lanjut ilmu pemasaran khususnya mengenai suasana toko dan kualitas pelayanan yang memiliki relevansinya terhadap keputusan pembelian.

- b. Bagi Akademisi

Memberikan informasi atau kajian pengetahuan, selain itu dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bila dikemudian hari ingin melakukan penelitian kembali dengan kajian yang sama seiring dengan kemajuan pendidikan.

2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Sebagai bahan untuk mempraktikkan pengetahuan selama dipelajari di kampus dengan melakukan penelitian untuk menyelesaikan Pendidikan.

b. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai data ataupun acuan untuk mengevaluasi usahanya untuk memperbaiki kinerja maupun strateginya khususnya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

c. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini, peneliti mengharapkan bisa memberikan wawasan mengenai indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam bidang pemasaran.

