

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju, pemasaran terus berkembang dan berubah, dari konsep pemasaran tradisional menuju konsep pemasaran modern. Kejadian seperti meningkatnya jumlah pesaing, teknologi semakin canggih, serta meningkatnya edukasi mengenai pemasaran yang cepat membuat para pelaku bisnis dituntut agar semakin kreatif memasarkan produknya sehingga dapat bertahan dan bersaing di pasar. Salah satu persaingan yang kerap terjadi yaitu persaingan dalam bidang bisnis makanan dan minuman.

Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, dan menjadi salah satu hobi bagi masyarakat. Kuliner selalu dibutuhkan bagi setiap orang, karena makanan merupakan kebutuhan pokok untuk menunjang kehidupan sehari-hari. Semakin berkembangnya bisnis kuliner saat ini, sering dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Dengan segala aktivitas kerja yang semakin padat dan menyebabkan masyarakat semakin banyak menghabiskan waktu di luar rumah, membuat masyarakat dalam memenuhi kebutuhan seperti makanan dan minuman, cenderung mencari hal yang praktis dan instan. Dari sekian banyak tempat makan yang ada, mulai dari restoran, kedai, rumah makan, depot, maupun café, pada era modern seperti sekarang ini, café merupakan tempat yang populer bagi setiap kalangan masyarakat terutama bagi kalangan remaja. Menurut Budiningsih (2009:51) "café atau cape adalah suatu restoran

kecil yang berada di luar hotel. Café memiliki pilihan makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol tinggi, tetapi tersedia minuman sejenis bir, soft drink, teh, kopi, rokok, cake, cemilan, dan lain-lain". Arti secara harafiah adalah (minuman) kopi, tetapi kemudian menjadi tempat untuk minum-minum yang bukan hanya kopi, tetapi juga minuman lainnya termasuk minuman yang beralkohol rendah (<http://id.wikipedia.org/wiki/Kafe> diakses 1 Desember 2018).

Pada saat ini perkembangan bisnis café di Indonesia sedang berkembang pesat, dan merupakan suatu peluang bisnis yang menjanjikan. Café sudah tidak asing lagi didengar di telinga masyarakat, hal ini dapat dilihat banyaknya café yang dijumpai di berbagai kota besar atau kota kecil dengan berbagai macam konsep. Café sudah menjadi gaya hidup bagi kebanyakan orang pada jaman sekarang, terbukti bukan hanya sekedar tempat untuk makan atau minum saja tetapi banyak masyarakat yang menjadikan café sebagai tempat alternatif untuk berkumpul, mengerjakan tugas, memperluas jaringan, berinteraksi, atau hanya sekedar bersantai. Kini kebiasaan makan dan minum di luar rumah merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan bagi kehidupan masyarakat modern dan membuat fungsi utamanya semakin bertambah luas.

Menjamurnya bisnis café yang ada pada saat ini membuat persaingan pada bisnis yang serupa akan bertambah semakin ketat diantara pengusaha yang satu dengan pengusaha yang lainnya. Dengan semakin ketatnya persaingan makan pengusaha harus mencari cara agar dapat memenangkan pasar persaingan dalam hal menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Salah satu cara agar dapat memenangkan pasar

persaingan dapat dengan cara membuat konsep yang unik dan semenarik mungkin yang berbeda dengan pesaing yang lainnya, dan mencermati perilaku konsumen serta mencari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam hal ini untuk menarik konsumen produsen juga harus berupaya untuk memahami apa yang menjadi keinginan, kebutuhan konsumen dan juga mengikuti perkembangan pasar sasaran.

Kebutuhan yang dimiliki oleh seseorang bermacam-macam, baik itu kebutuhan utama atau kebutuhan penunjang. Kebutuhan dapat timbul melalui keinginan dari dalam maupun dari luar. Kebutuhan dari dalam seseorang dipicu karena rasa haus, rasa lapar, rasa ingin tahu, dan lain sebagainya. Selain keinginan dari dalam, kebutuhan seseorang juga timbul dari luar yang dipicu karena ajakan teman atau dari informasi yang didapatnya. Dengan adanya kebutuhan konsumen yang semakin banyak, membuat konsumen memutuskan untuk melakukan sebuah keputusan pembelian.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:21) "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". Keputusan pembelian merupakan bagian yang penting dalam perilaku konsumen. Tujuan bisnis café ini adalah, bagaimana cara pihak café dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk atau jasa yang diberikan. Saat ini, konsumen sangat teliti dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu Café

harus memiliki produk yang unik, penampilan yang menarik, rasa yang enak dan kualitas yang bagus. Tidak hanya itu, untuk mengambil tindakan keputusan pembelian konsumen juga akan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas layanan merupakan hal yang utama agar dapat menarik konsumen dan dapat bertahan bersaing dengan bisnis yang serupa, karena citra kualitas yang baik bukan berasal dari persepsi penyedia jasa melainkan dari persepsi konsumen. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2011:180) “menyatakan kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen”. Berdasarkan pernyataan tersebut pelayanan yang berkualitas merupakan pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, ramah kepada konsumen, kecepatan dan ketanggapan dalam melayani konsumen maka konsumen akan mempresepsikan baik kualitas layanan yang diberikan, dan sebaliknya jika kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen kurang atau tidak sesuai apa yang diharapkan konsumen maka kualitas layanan akan dipresepsikan buruk. Jika konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan konsumen akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan membuat produsen akan merasa dirugikan. Maka dari itu kualitas layanan merupakan bagian yang sangat penting untuk menarik konsumen.

Selain kualitas layanan, keragaman produk juga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan. Adanya pilihan produk yang beragam dan kualitas yang baik, maka

para pelaku café dapat menarik konsumen agar berkunjung dan melakukan suatu pembelian. Menurut Kotler & Keller (2012:25) “keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi, oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen”. Berdasarkan pernyataan tersebut keragaman produk merupakan kelengkapan suatu produk yang ditawarkan oleh produsen guna memenuhi kebutuhan konsumen. Jika produk tersebut tidak beragam maka produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk yang lain. Konsumen biasanya akan merasa bosan dengan kurangnya menu yang ditawarkan. Maka dari itu para produsen juga harus memperhatikan ketersediaan produk, tampilan produk, kualitas produk dan keragaman produk yang ada.

Penulis merasa tertarik untuk meneliti Bonk Café sebagai objek penelitian karena, Bonk café merupakan salah satu café yang cukup diminati di area Krian. Bonk café berdiri sejak tahun 2013. Lokasi bonk café berada di Jalan Setia Budi No.28 Katerungan-Krian, Sidoarjo, Jawa Timur 61262. Café ini buka setiap hari yakni mulai dari jam 12.00-03.00 WIB. Bonk café merupakan konsep café yang sederhana, dengan suasana yang cukup nyaman dengan ruangan tertutup dan terbuka. Dengan berbagai fasilitas yang disediakan mulai dari banyak tempat duduk yang tersedia, kamar mandi, Wifi, tempat parkir yang aman, cctv, dan lain sebagainya. Dengan banyaknya konsumen yang berkunjung ke Bonk Cafe terutama pada hari Sabtu dan Minggu, membuat peneliti penasaran untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan Bonk Cafe

produk. memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Apakah konsumen melakukan keputusan pembelian karena menu yang ditawarkan di Bonk Café beragam.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Bonk Café Krian-Sidoarjo”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bonk Café Krian-Sidoarjo?
2. Apakah keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bonk Café Krian-Sidoarjo?
3. Apakah kualitas pelayanan dan keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bonk Café Krian-Sidoarjo?

## **1.3 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

### **a. Tujuan Khusus**

1. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bonk Café Krian-Sidoarjo.
2. Untuk menganalisis apakah keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bonk Café Krian-Sidoarjo.
3. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan dan keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bonk Café Krian-Sidoarjo.

### **b. Tujuan Umum**

1. Sebagai bentuk perwujudan dan pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi.

2. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

1. Untuk Penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, hasil penelitian ini juga bisa menambah pengetahuan dan wawasan ilmu manajemen pemasaran dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori yang diperoleh selama kuliah dan membantu memecahkan permasalahan mengenai kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Bonk Café Krian-Sidoarjo.

2. Untuk Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

- a. Sebagai tambahan pustaka perpustakaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi mahasiswa dalam mengadakan atau melakukan penelitian dengan masalah yang sama.

3. Untuk perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi yang positif agar bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan kualitas pelayanan dan keberagaman produk terhadap keputusan konsumen membeli di Bonk Café Krian-Sidoarjo.

(HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN)