

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kondisi persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Banyaknya perusahaan berlomba untuk mendapatkan konsumen menjadikan kondisi kompetisi antar perusahaan berlangsung semakin ketat. Persaingan yang sangat ketat menuntut para pengusaha untuk dapat menentukan yang tepat dalam berkompetisi, yaitu dalam melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen yang selalu bervariasi. Ada berbagai macam bisnis yang bisa menjadi peluang usaha, salah satunya adalah bisnis cafe. Saat ini sudah semakin banyak produsen cafe yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut membuat pengusaha cafe harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran. Pengusaha tersebut harus berupaya untuk mendapatkan perhatian serta ketertarikan khalayak ramai (dalam hal ini calon konsumen), karena mereka bersaing dengan perusahaan yang memiliki produk serupa. Maka dari itu setiap pengusaha dengan jenis produk serupa harus memikirkan cara untuk memenangkan pasar. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda seperti halnya sebuah café.

Cafe adalah suatu tempat bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua pelanggannya untuk makan maupun minum. Selain bertujuan bisnis atau mencari untung, Cafe juga berusaha membuat puas para tamu dan

hal ini merupakan tujuan operasi cafe yang utama. Perkembangan cafe sekarang ini di Indonesia khususnya di kota-kota besar seperti Sidoarjo semakin berkembang dengan pesat. Banyak cafe-cafe dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk memikat pelanggan baik dari kalangan muda maupun kalangan orang tua, dari segi ekonomi yang sedang sampai orang kaya. Café yang ingin berhasil menembus persaingan disamping menu yang ditawarkan mereka juga di tuntut harus sekreatif mungkin untuk mengkonsep cafe itu sendiri. Saat ini penilaian public terhadap sebuah cafe tidak hanya ditentukan oleh cita rasa yang ada pada makanan cafe itu sendiri, tetapi juga memperhatikan dari kualitas pelayanan, lokasi dan harga cafe tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan yang digambarkan sebagai suatu sikap yang dihasilkan dari kinerja. Adisaputro (2010:187) menyatakan bahwa, konsumen membentuk harapan terhadap pelayanan dari suatu jasa berdasarkan pengalaman waktu yang lalu dari pengaruh kekuatan getok-tular (*word of mouth*), dan dari informasi iklan yang diperoleh. Pada dasarnya konsumen mencoba untuk membandingkan antara “pelayanan yang dipersiapkan” atau “*the perceived service*”(pelayanan yang diperoleh juga disebut *the out come*) dengan pelayanan yang diharapkan (*the expected service*)”, Apabila pelayanan yang diperoleh berada di bawah pelayanan yang diharapkan, maka konsumen menjadi kecewa. Sebaliknya jika pelayanan yang dipersepsikan melebihi pelayanan yang mereka harapkan konsumen cenderung menjadi puas, ada kemungkinan mereka akan menggunakan jasa yang sama di

waktu yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk menambahkan manfaat dari tawaran mereka seperti tempat atau lokasi berkumpul dan bersantai yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut Kotler (2016:09) tempat (*place*), atau lokasi yaitu sebagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen, dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Perusahaan yang bergerak di bidang kuliner harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih rumah makan yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. *Mood* dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi dan harga yang terjangkau serta desain dan tata letak fasilitas jasa. Maka *mood* dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan

konsumen. Ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan dengan harapan sebelumnya.

Menurut Lupiyoadi (2013:136), harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam membangun citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas. Harga menu yang ditawarkan oleh café juga mempengaruhi keputusan konsumen, apakah mereka tertarik atau tidak. Menurut (Hasan, 2009:298) harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan poin penting sebelum menjual atau menawarkan sebuah produk kepada konsumen, jika harga yang kita tawarkan tidak sesuai dengan manfaat produk, maka perusahaan mendapat citra buruk dan sebaliknya jika harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat, maka perusahaan mendapat citra baik. Dalam menjalankan bisnis, pelaku usaha harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen, sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen tersebut, agar produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Pemahaman tentang perilaku mereka sangat penting karena dapat dijadikan modal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya termasuk salah satunya adalah mencapai kepuasan mereka (konsumen).

Dapat disimpulkan bahwa harga, lokasi dan kualitas pelayanan merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Buchari Alma (2011:96) keputusan pembelian sebagai suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang ingin dibeli. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian agar konsumen dapat berkunjung kembali di waktu yang akan datang

Untuk menikmati waktu santai dengan teman, keluarga atau rekan kerja tidak perlu pergi ke Kota Surabaya lagi. Kota sidoarjo memiliki beberapa café di berbagai lokasi yang strategis. Pemilihan lokasi yang tepat dapat memudahkan konsumen untuk menjangkau café tersebut, Dengan hadirnya café-café baru di Sidoarjo kita dapat menikmati waktu luang untuk mengobrol dengan santai, selain itu konsumen juga mendapat kenyamanan dan keamanan. Penyajian menu dengan harga terjangkau dan kualitas pelayanan yang unik dapat menarik konsumen untuk datang.

Salah satunya adalah Café Jungkir Balilk Coffe yang berada di Jl.Pahlawan no. 1A, Sidoarjo. Cafe tersebut cukup banyak dikunjungi pelanggan meskipun di area tersebut terdapat beberapa cafe yang mempunyai konsep yang hampir sama. café ini memiliki konsep dengan kopinya, yakni café dengan bahan utamanya kopi khas nusantara. Lokasi di sekitar Café Jungkir Balik tersebut

cukup strategis, sehingga pengunjung tidak kesulitan untuk mencari café mana yang akan dituju untuk berkumpul atau bersantai bersama teman atau keluarga. Café yang bertema outdoor dan indoor menambah pilihan untuk bersantai dengan suasana yang cukup berbeda meskipun dengan pelayanan yang relatif sama pada umumnya. Pemilihan container bekas yg disulap menjadi tempat untuk meracik kopi dan menu lainnya, Café Jungkir Balik 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, selain itu adanya pernak-pernik burung hantu yang menjadi *icon* café ini membuat daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Pemilik café ini melihat permintaan generasi milenial yang semakin tinggi memberikan ide untuk dekorasi café dengan memberikan spot foto yang instagramable. Hal ini membuat konsumen tersebut memilih cafe yang disukai dan melakukan pembelian.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan Lokasi serta Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Konsumen "Jungkir Balik Café" Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Café Jungkir Balik Coffe di Kota Sidoarjo"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, ada beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Café Jungkir Balik Coffe di Kota Sidoarjo ?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Café Jungkir Balik di Kota Sidoarjo ?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Café Jungkir Balik di Kota Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Café Jungkir Balik di Kota Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Café Jungkir Balik di Kota Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Café Jungkir Balik di Kota Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1 Secara teoritis

- a. Bagi pembaca, untuk menambah informasi dan sumbangan pemikiran serta kajian dalam penelitian.
- b. Bagi pihak lain mahasiswa atau umum, di harapkan penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dan ilmu pengetahuan yang baru bagi penelitian selanjutnya

2. Secara praktik

- a. Bagi pemilik usaha, sebagai bahan masukan pada Café Jungkir Balik dan memberikan perhatian dalam hal kualitas pelayanan, lokasi dan harga sehingga akan berdampak pada kepuasan yang optimal.
- b. Bagi peneliti, diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan mampu diterapkan di dunia kerja.