

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang kaya kuliner dan terkenal sampai ke seluruh dunia, bahkan banyak sekali warga negara asing menyukai masakan Indonesia. Pada perkembangan industri saat ini, bisnis kuliner merupakan salah satu industri yang tetap tumbuh. Hal tersebut dapat dilihat dengan semakin banyaknya bisnis kuliner yang terus berkembang di berbagai daerah. Bisnis makanan usaha kuliner merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat saat ini dimana bisnis ini memiliki peluang yang besar untuk menjadi usaha yang tetap dan menjanjikan. Penerapannya bisa dilakukan oleh siapa saja dengan modal yang sangat terbatas sampai modal dengan jumlah yang sangat besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut.

Masalah demi masalah yang dihadapi para pebisnis kuliner masih tidak menentu. Konsumen makin kritis dalam memilih dan menentukan atas pembelian makanan yang dianggap nyaman, puas dan enak dirasakan.

Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian (Swashta,2007:68).

Keputusan pembelian dapat timbul karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli

suatu produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Sebelum membeli produk Kebun Coklat konsumen akan terlebih dahulu melakukan alternatif yaitu dengan melihat *review* produknya. Oleh sebab itu, alternatif yang dilakukan oleh pebisnis kuliner harus membuat inovasi produk yang menarik dan enak tentunya berbeda dengan yang lainnya. Tak hanya itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti, *store atmosphere*. Dengan memperhatikan suasana toko yang berbeda dari lainnya, maka itu akan menarik perhatian konsumen untuk membeli produknya. Menurut Berman & Evan dalam Putri (2014) *atmosphere refers to the store's physical characteristics that are used to develop an image and to draw customers*, yang berarti suasana toko merupakan karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun kesandan menarik plenggan. Hasil dari penelitian Putri dkk (2014) bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Fenomena *Store Atmosphere* yang terjadi merupakan salah satu faktor yang menjadi masalah karena orang lebih memilih suasana cafe yang nyaman, bersih, rapi dengan konsep yang berbeda dengan cafe lainnya. Jika cafe memiliki konsep suasana yang berbeda maka konsumen akan terus datang untuk menikmatinya, namun jika sebaliknya suasana toko menampilkan konsep yang biasa saja kurang menarik maka konsumen akan berfikir kembali untuk datang ke cafe tersebut.

Selain *store atmosphere* lokasi juga menjadi pertimbangan untuk konsumen. Lokasi yang strategis dan mudah di jangkau akan membuat konsumen tidak kesulitan dalam mencarinya. Menurut Tjiptono dalam Lempoy dkk (2015) Lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap jenis usaha. Hasil penelitian Antari dkk (2014) menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Fenomena Lokasi yang terjadi merupakan salah satu faktor yang menjadi masalah karena konsumen pasti akan memilih lokasi yang strategis dekat dengan pusat keramaian seperti mall, pasar tradisional, dan taman. Akses yang mudah dijangkau dengan transportasi umum. Namun jika lokasi tidak strategis, tidak dapat diakses dengan transportasi umum maka konsumen akan berfikir ulang untuk membeli produknya. Lokasi cafe ini berada di dalam dimana konsumen terkadang merasa kesulitan untuk mencari lokasinya sehingga konsumen sering kali berfikir kembali untuk datang ke cafe ini.

Variasi produk juga mempengaruhi keputusan pembelian. Macam-macam produk dan kualitas produk yang enak akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Namun banyaknya pebisnis kuliner yang menawarkan berbagai jenis produk atau lebih bervariasi. Hal itu membuat konsumen kesulitan dalam melakukan keputusan pembelian di Kebun Coklat Cafe Mojokerto. Menurut Mikell P. Groover dalam Nurrahman (2016) mengatakan bahwa variasi produk dapat diartikan sebagai produk yang memiliki desain

atau jenis yang berbeda dan diproduksi oleh perusahaan. Hasil penelitian Nurrahman (2016) variasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Fenomena variasi produk dimana hal ini harus diperhatikan untuk meningkatkan omset penjualan cafe, jika produk tidak beragam maka produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk yang lain sehingga konsumen akan berfikir kembali untuk membeli produk tersebut. Selain itu konsumen biasanya akan lebih memilih cafe yang memiliki aneka produk yang berbeda dengan cafe lainnya dengan rasa yang enak, sebaliknya jika pilihan produk sangat sedikit dan memiliki rasa yang biasa saja maka konsumen akan berfikir kembali untuk membeli produknya. Selain itu konsumen akan lebih tertarik jika cafe itu memiliki suasana toko yang unik dan berbeda yang tentunya dengan lokasi yang strategis, dan variasi produk yang banyak. Dengan memperhatikan hal seperti itu maka akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi , Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Kebun Coklat Cafe Mojokerto".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka pokok masalah yang akan di bahas dalam penelitian adalah :

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kebun Coklat Cafe Mojokerto ?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kebun Coklat Cafe Mojokerto ?
3. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kebun Coklat Cafe Mojokerto ?

4. Apakah pengaruh *store atmosphere*, lokasi, dan variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kebun Coklat Cafe Mojokerto ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan masalah yang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Kebun Coklat Cafe Mojokerto.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Kebun Coklat Cafe Mojokerto.
3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian di Kebun Coklat Cafe Mojokerto.
4. Untuk mengetahui dan menguji secara simultan pengaruh *store atmosphere*, lokasi, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Kebun Coklat Cafe Mojokerto.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat berguna:

1. Manfaat Teoritis  
Diharapkan dapat memberikan landasan bagi para peneliti lain dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dalam rangka meningkatkan wawasan dan pengetahuan.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan di samping memberikan kontribusi pemikiran dalam bidang pemasaran berdasarkan teori yang didapatkan selama masa perkuliahan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan serta pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam dunia usaha. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi masukan untuk lebih memperhatikan dan mengevaluasi *store atmosphere*, lokasi, dan variasi produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

c. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi mahasiswa Manajemen serta menjadi bahan wacana di perpustakaan.

d. Bagi Penelitian Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan bagi penulis lain yang melakukan penelitian skripsi yang berkaitan dengan *store atmosphere*, lokasi, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian.