

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam berbagai aspek, tak terkecuali dengan bisnis. Saat ini bisnis atau usaha yang banyak didirikan adalah bisnis cafe. Cafe merupakan suatu tipe restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam atau diluar ruangan dan juga menyediakan makanan ringan seperti kue, roti, kopi, teh dan lainnya. Cafe sudah menjadi lifestyle bagi kebanyakan orang pada jaman sekarang, dengan menyediakan tempat desain interior yang menarik serta menyediakan tempat yang nyaman, tenang dan kekinian. Cafe menjadi salah satu tempat favorit untuk melakukan kegiatan seperti berkumpul, reuni, nongkrong dan bersantai.

Saat ini sudah banyak cafe-cafe yang berkembang dikota-kota besar seperti di kota krian. Apalagi masyarakat di kota ini sering melakukan kegiatan diluar rumah seperti berkumpul dengan teman atau keluarga, meeting dengan teman kerja, mengadakan diskusi, atau sekedar berfoto foto sehingga mendukung untuk pengusaha menciptakan peluang usaha cafe. Dari kebanyakan cafe pelayanan dan loyalitas merupakan hal paling penting dalam menghadapi pertahanan persaingan bisnis cafe dengan cafe yang lain. Begitu juga dengan pelayanan di cafe yakini.id krian. Cafe ini lebih meningkatkan kualitas pelayanan sehingga konsumen betah dan

nyaman saat bersantai atau nongkrong di cafe yakini.id krian.

Cafe yakini.id merupakan cafe modren atau kekinian yang menyediakan tempat untuk bersantai dan berkumpul serta mengutamakan rileks dan hiburan. Dengan desain yang unik dan letak yang strategis cafe ini banyak diminati oleh pengujung. Cafe yakini.id juga menyediakan menu aneka kopi dan makanan ringan. Harga menu di cafe yakini.id ini juga sangat terjangkau. Ciri khas dari cafe yakini.id adalah mempunyai varian menu yang banyak. Seperti kopi susu, kopi coklat, kopi karamel, kopi latte dan masih banyak lagi varian menu di cafe yakini.id. ada juga fasilitas bagi pelanggan cafe yakini.id seperti hospot wi-fi, tempat duduk yang nyaman dan tempat parkir yang luas. Cafe yakini.id mengedepankan kualitas dan kepuasan konsumen.

Munculnya berbagai strategi pemasaran yang dilakukan tidak luput dari banyaknya persaingan, Bagusnya peluang bisnis cafe saat ini membuat banyak cafe yang bermunculan dikota krian. Munculnya berbagai opinipun dirasa dapat menjadi bahan pertimbangan terhadap cafe ini. Salah satunya adalah fasilitas yang memadai. Adanya fasilitas tentunya akan menunjang kegiatan konsumen, fasilitas yang baik dan memenuhi kebutuhan customer pasti akan menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih cafe ini. Yang kedua adalah keberagaman produk. Di kota krian ini banyak cafe-cafe yang bermunculan yang tentunya membawakan menu yang beragam. Contohnya adalah kopi,

minuman ini sangat tidak asing bagi kalangan masyarakat . di cafe ini kopi adalah menu utama , akan tetapi di cafe ini juga menjual banyak olahan varian menu dan snack atau makanan ringan, seperti kentang, tahu kres, risolles dan masih banyak lagi. Ini adalah salah satu taktik pemasaran mereka untuk menarik konsumen, apalagi mengingat usaha mereka yang terbilang baru tentunya menu terbaru dan asing adalah langkah awal mereka dalam menggaet konsumen.

Salah satu Strategi yang diperlukan untuk mengembangkan cafe yaitu dengan eksperiental marketing,. Ekperiental marketing yaitu dengan pendekatan pemasaran. Experiential marketing sebagai suatu strategi pemasaran yang berusaha menciptakan pengalaman dalam pemakaian atau penggunaan produk melalui strategi kualitas produk, nilai lebih produk, pelayanan dan variabel lain yang akan membawa ingatan atau kesan yang mendalam pada diri konsumen, sehingga pada akhirnya konsumen akan menjadi loyal terhadap produk tersebut dan pada akhirnya akan menjadi pelanggan. (Zarem (2000, p. 30)

Dengan eksperiental marketing konsumen akan mampu membedakan cafe satu dengan yang lain dan memperoleh pengalaman dan pelayanan secara langsung. Inti dari *experiential marketing* adalah untuk membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan melalui 5 aspek yaitu panca indera (*sense*), perasaan (*feel*), cara berpikir (*think*), kebiasaan (*act*) dan pertalian atau relasi (*relate*). Experiential marketing

adalah proses mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan konsumen dan aspirasi yang menguntungkan, melibatkan konsumen melalui komunikasi dua arah yang membawa kepribadian merek untuk hidup dan menambah nilai target audiens. Komunikasi dua arah dan keterlibatan interaktif adalah kunci untuk menciptakan pengalaman mengesankan yang mendorong word of mouth, dan mengubah konsumen menjadi pendukung merek dan loyalitas pelanggan terhadap suatu merek

Pengaruh eksperimental marketing terhadap cafe yakini.id yaitu dengan kurangnya strategi promosi membuat cafe yakini.id tidak banyak dikenal atau diketahui dikalangan masyarakat. Dengan hal ini cafe yakini.id menggunakan metode pemasaran eksperimental marketing untuk mengembangkan dan memasarkan cafe yakini.id agar lebih banyak dikenal oleh kalangan masyarakat. Misalnya dengan membuat promosi pada event-event tertentu, hal tersebut akan mampu menarik konsumen agar mampu menciptakan pengalaman untuk berkunjung lagi di cafe yakini.id.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah iklan. Iklan adalah suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh lembaga/ instansi atau perusahaan yang isinya berupa pesan yang menarik tentang sebuah produk atau jasa yang ditujukan kepada calon konsumen atau pelanggan. Tujuan iklan dibuat adalah untuk membujuk/ mendorong masyarakat sehingga menjadi tertarik pada suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Iklan adalah bentuk penyajian dan promosi suatu barang, jasa, dan

ide, secara non-personal oleh suatu sponsor tertentu dimana untuk penayangannya biasanya harus membayar suatu Menurut Swastha (2002:248) periklanan merupakan media terjadinya proses komunikasi dua arah yaitu antara seorang pelaku usaha dengan seseorang konsumen, sehingga harapan seorang pelaku usaha dan seorang konsumen dapat tercapai dengan cara yang lebih efisien dan efektif melalui media tersebut.

Media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan. Hal ini menjadikan media sosial lebih hypertext dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan atau rancangan menurut Michael Cross (2013).

Dalam dunia internet terdapat konten berbayar untuk mengiklankan produk atau jasa kepada konsumen seperti salah satu media iklan yaitu pop ads. Pop merupakan jendela pop-up atau secara singkatnya dapat dikatakan sebuah iklan yang sering muncul pada suatu halaman web atau sosial media tertentu secara otomatis dengan tanpa permisi atau tiba-tiba, dan memiliki intensitas tinggi, bahkan saat seseorang membuka web atau sosial media terpaksa harus membaca atau melihat iklan itu terlebih dahulu,

ukuran jendela iklannya pun juga beragam mulai yang kecil hingga yang besar sehingga menutupi semua halaman web yang kita buka.

Ads Instagram merupakan salah satu jenis iklan atau Ads dari banyak Ads yang ada, Ads Instagram merupakan kegiatan pengiklanan melalui konten berbayar pada laman Instagram untuk terjangkaunya sasaran audiens yang lebih luas. Para pelaku bisnis biasanya juga menggunakan ads pada instagram agar mampu menjangkau calon konsumen lebih banyak, dengan adanya ads pada aplikasi instagram pengguna instagram lebih mudah menemukan toko atau alamat instagram pembisnis. Ads di intagram ada platfom visual, jadi iklan yang menggunakan banyak teks tidak menjadi pilihan utama dan tepat dalam menggunakan instagram ads, karena instagram cenderung menampilkan video atau foto untuk ditampilkan pada audience.

Cafe yakini.id menggunakan instagram ads untuk memasarkan produk agar mudah diketahui oleh banyak konsumen. Cafe yakini.id juga menciptakan berbagai macam varian olahan kopi dan susu untuk menarik konsumen kemudian di posting di media instagram ads untuk dapat di lihat, dengan menggunakan desain gambar kekinian membuat foto atau video menjadi menarik dan mampu menarik konsumen untuk membeli. Iklan instagram ads mampu untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH EKSPERIENTAL MARKETING DAN**

PLATFORM IKLAN INSTAGRAM ADS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CAFE YAKINI.ID KRIAN SIDOARJO"

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah eksperimental marketing berpengaruh pada keputusan pembeli konsumen di cafe yakini.id krian sidoarjo?
2. Apakah platform iklan instagram ads berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen dicafe yakini.id krian sidoarjo?
3. Apakah eksperimental marketing dan platform iklan instagram ads berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di cafe yakini.id krian sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Umum
 - a) Untuk memenuhi salah satu syarat tugas akhir bagi mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
 - b) Untuk menerapkan ilmu yang didapatkan selama berkuliah di Universitas PGRI Adi buana Surabaya.

2. Tujuan Khusus
 - a) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh experiential marketing terhadap keputusan pembelian konsumen di yakini.id krian Sidoarjo.
 - b) Untuk mengetahui dan menganalisis platform iklan insagram ads terhadap keputusan pembelian konsumen di yakini.id krian Sidoarjo.
 - c) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh experiential marketing dan platform iklan instagram ads terhadap keputusan pembelian konsumen di yakini.id krian Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan member manfaat dan berguna bagi perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran di masa yang akan datang.

2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi buana Surabaya.

3. Bagi Peneliti

Dengan penilitian ini dapat dijadikan penulis sebagai bentuk tambahan wawasan yang diperoleh saat perkuliahan dapat diwujudkan secara langsung dalam dunia kewirausahaan.