

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di perkembangan zaman semakin hari semakin banyak orang yang ingin menjadi pebisnis mulai dari anak muda hingga orang yang sudah lanjut usia. proses perkembangan dan persaingan dunia bisnis semakin pesat sehingga menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Dengan persaingan yang semakin ketat, para pebisnis dituntut untuk mengambil langkah untuk mengembangkan bisnisnya yang tepat dan cepat agar memenuhi kebutuhan pasar dan dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman saat ini tidak terkecuali bisnis yang bergerak dibidang kuliner ini.

Bisnis kuliner memang sangat menggiurkan bagi pebisnis yang sudah faham akan strategi yang mereka buat dan mengerti juga strategi para pesaing-pesaingnya di Indonesia maupun di luar negeri. Apalagi, bisnis kuliner ini bisnis yang pasti dibutuhkan konsumen karena kuliner tidak terlepas dari kebutuhan dasar manusia yakni makan dan minum. Banyak juga para pebisnis kuliner yang gagal karena kurang fahamnya cara menerapkan strategi bisnis kuliner. Maka dari itu pebisnis harus mendapatkan loyalitas dari para konsumennya agar bisa mempertahankan eksistensi usaha yang sedang dijalaninya. Hal itu tidak terlepas dari pebisnis harus mencari tahu apa yang dibutuhkan dan keinginan oleh para konsumen atau tepat sasaran dan memberikan kepuasan yang lebih efektif dan efisien kepada para konsumen untuk lebih unggul daripada para pesaing. Biasanya para konsumen atau para pelanggan dalam hal pengambilan keputusan dipengaruhi oleh kemampuan dari pemilik usaha tersebut dalam menarik pelanggan atau memikat para konsumen dan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Permasalahan bisnis bisa terjadi juga jika banyak pelaku bisnis yang sejenis bahkan dengan jarak yang tidak jauh dari tempat lokasi yang mereka untuk berjualan.

Saat ini banyak para pelaku bisnis yang berbisnis coffe shop atau kedai kopi karena coffe shop menjadi salah satu ikon bisnis di Indonesia. Sejak dulu

kopi memang menjadi minuman yang wajib dikonsumsi bagi sebagian orang apalagi para kaum laki-laki. Menurut mereka dengan meminum secangkir kopi bisa meningkatkan rasa semangat untuk memulai suatu pekerjaan. Saat ini juga mengkonsumsi kopi sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat apalagi bagi para kaum milenial di kota-kota besar dan sudah berakar ke kota-kota kecil. Sering kita jumpai berbagai jenis kedai kopi didirikan di beberapa lokasi dengan target segmentasi yang berbeda-beda dari mulai kalangan anak sekolah hingga para pekerja. Disaat ini tidak menutup kemungkinan para pelaku bisnis kedai kopi ini semakin lama malah bertambah banyak karena banyak orang yang mengkonsumsi setiap harinya. Hasil riset *TOFFIN*, perusahaan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri HOREKA (Hotel, restoran, dan kafe), di Indonesia, menunjukkan jumlah kedai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016 yang hanya sekitar 1.000. Angka riil jumlah kedai kopi ini bisa lebih besar karena sensus kedai kopi itu hanya mencakup gerai-gerai berjaringan di kota-kota besar, tidak termasuk kedai-kedai kopi independen yang modern maupun tradisional di berbagai daerah.

Sementara itu, konsumsi kopi domestik Indonesia juga terus meningkat. Data Tahunan Konsumsi Kopi Indonesia 2019 yang dikeluarkan oleh Global Agricultural Information Network menunjukkan proyeksi konsumsi domestik (Coffee Domestic Consumption) pada 2019/2020 mencapai 294.000 ton atau meningkat sekitar 13.9 persen dibandingkan konsumsi pada 2018/2019 yang mencapai 258.000 ton. Dengan data tersebut ditahun 2021 ini semakin banyak lagi, maka dari itu pelaku bisnis kedai kopi harus memutar otak dan berpikir keras agar menciptakan inovasi atau ide-ide agar menarik para pelanggan dan membuat para pelanggan tersebut memiliki kepuasan terhadap apa yang mereka telah konsumsi.

Kedai Kopi Biasa 1 merupakan salah satu kedai kopi di Jakarta yang saat ini sedang mengikuti perkembangan di Indonesia. Sebuah kedai yang cukup sederhana yang terletak di lokasi yang strategis yaitu di Jalan Veteran II, Jakarta Pusat bersebelahan dengan gedung Mahkamah Agung (MK), Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) dan gedung-gedung pemerintah lainnya. Kedai ini cukup

menarik perhatian dikarenakan konsep yang sederhana tetapi nyaman untuk dinikmati di kedainya langsung. Atmosfer didalam kedai yang didapat cukup nyaman apalagi disaat jam istirahat kantor bisa datang dan pesan langsung. Dengan memilih variasi menu yang beragam yang sudah tertera dipapan menu yang berada di atas digantung agar konsumen mudah melihat berbagai menu yang disuguhkan. Menu yang ada cukup bervariasi dari minuman kopi hingga non kopi dan juga makanan cemilan pendamping cukup bervariasi juga dari roti-rotian hingga sate. Minuman di kedai ini bisa memesan sesuai selera yang diinginkan karena rasa yang diciptakan sesuai pas takaran dari kopi hingga non kopi.

Namun ada beberapa permasalahan datang yang menjadi kekurangan dari kedai Kopi Biasa 1. Misalnya, seperti dari atmosfer di kedai tersebut karena berada ditempat yang cukup sunyi dan bertepatan dekat kost-kostan jika malam hari warga sekitar menyarankan agar pelanggan dituntut untuk lebih menjaga ketenangan saat berada didalam kedai, sehingga membuat pelanggan merasa risih dan kurang nyaman saat berada di kedai. Faktor selanjutnya yaitu kualitas produk yang terkadang disaat pelanggan cukup banyak rasa tidak konsisten saat dikonsumsi, karena dibuat dengan terburu-buru sehingga tidak memperhatikan takaran yang pas dan menciptakan rasa yang diinginkan pelanggan. Faktor permasalahan terakhir yaitu kualitas layanan, layanan yang diberikan pemilik kedai kadang mengganggu pelanggan yang sedang asik berbincang dengan rekan sepejajanya. Terkadang pemilik kedai suka lalai akan pesanan yang dipesan oleh konsumen. Seperti kurang perlengkapan yang disajikan.

Berdasarkan faktor-faktor permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai ketiga variabel independen yaitu , *store atmosphere*, kualitas produk dan kualitas layanan yang dipertimbangkan untuk diteliti pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen melalui kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Biasa 1. Dari uraian permasalahan pada latar belakang tersebut, menarik untuk dilakukan suatu penelitian dengan topik : **“ Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Kedai Kopi Biasa 1, Jakarta Pusat) ”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen?
5. Apakah *store atmosphere* berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen?
7. Apakah kualitas layanan berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen melalui kepuasan konsumen.

6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen melalui kepuasan konsumen.
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen melalui kepuasan konsumen.

1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini :

1. Bagi penulis, menambah dan memperluas pengetahuan dalam hal mendalami juga memberikan pendapat tentang pengaruh keputusan pembelian konsumen. Dan penulisan skripsi bagi penulis merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
2. Bagi objek penelitian, sebagai bahan masukan yang berguna bagi pemilik Kedai Kopi Biasa 1 dalam memutuskan suatu strategi untuk mengevaluasi dan memperbaiki kinerjanya, khususnya dalam penerapan suasana di kedai, kualitas produk dan layanan agar keputusan pembelian dengan terciptanya kepuasan konsumen.
3. Bagi pihak lain, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk meneliti masalah yang sama dengan penelitian ini maupun yang berkaitan dengan masalah ini. Sehingga dapat dijadikan bahan referensi dan wacana khususnya berkaitan dengan masalah *store atmosphere*, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan.