

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada awal tahun 2020, Indonesia di diguncang dengan adanya virus corona (*Covid-19*). Virus ini berasal dari kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019, yang kemudian menular dengan sangat cepat dan menyebar hampir ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Virus ini menyerang pernapasan manusia dan cukup mematikan. Menurut data yang dirilis Gugus Tugas Percepatan Penanganan *COVID-19* Republik Indonesia, jumlah kasus terkonfirmasi positif hingga 30 November 2020 adalah 534.266 orang dengan jumlah kematian 16.815 orang.

Pemerintah Indonesia melakukan upaya penanggulangan untuk meredam dampak dari pandemic *Covid-19* di berbagai sector. Pemerintah menetapkan peraturan tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020. Semua warga Indonesia diwajibkan untuk mematuhi protocol kesehatan untuk mencegah penularan virus corona. Pembatasan aktivitas masyarakat ini berpengaruh besar terhadap aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian Indonesia.

Peningkatan kasus corona memaksa masyarakat untuk mengurangi aktivitas diluar rumah dan berinteraksi dengan orang banyak. Hal menyebabkan banyak kerugian terhadap berbagai sektor di Indonesia. Salah satu sector yang paling terpuak adalah sector usaha mikro kecil dan menengah

(UMKM), dimana UMKM tidak dapat melakukan kegiatan usaha dan tidak mampu memenuhi kewajiban kreditnya. Hal ini menyebabkan penurunan perekonomian nasional, karena UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian nasional.

Para pelaku usaha harus kuat bertahan pada kondisi pandemic virus corona agar perekonomian tidak terus menurun. Inovasi dari segi produk, pemasaran dan teknologi harus di dikembangkan. Anternative yang bisa di praktekan pada kondisi pandemic virus corona adalah dengan penjualan online. Dimana hal ini bisa di jalankan dari rumah. Pembeli tidak harus datang untuk melakukan pembelian. Dan mungkin ide ide lain bisa digunakan untuk menarik minat pembeli.

Salah satu pelaku bisnis yang terdampak pandemic *covid-19* di ponorogo adalah Sarang Kopi. Sarang Kopi Ponorogo adalah salah satu bisnis warung kopi di Ponorogo yang recommended dan diminati banyak pecinta kopi. Sebuah warung kopi sederhana dengan konsep klasik. Sarang kopi mulai buka pada hari sabtu legi tanggal 8 september 2018. Buka hari senin-sabtu jam 08.00 sampai jam 16.00. Tentunya para pecinta kopi sudah mengetahui Sarang Kopi Ponorogo yang memiliki jargon “WANI PAIT”. Jargon ini diartikan kopi yang terkenal asli dan masih murni pait.

Sarang kopi ponorogo menawarkan berbagai jenis minuman kopi yaitu Cappuccino, Americano, kopi susu dan kopi hitam murni. Kopi yang disajikan dengan kualitas dan rasa terbaik. Citarasa yang berbeda

membuat para pecinta kopi langsung ketagihan. Dengan harga yang terjangkau, konsumen bisa menikmati minuman kopi dengan pelayanan yang tentunya terbaik agar konsumen merasa nyaman. Sarang kopi juga menyediakan kemasan bubuk bagi konsumen yang ingin menyeduh sendiri dirumah dan bagi konsumen yang diluar kota jika ingin membeli, sarang kopi juga melayani pembelian online.

Sarang Kopi Ponorogo juga menyediakan tempat yang nyaman sehingga cocok untuk tempat nongkrong, berkumpul, ngobrol, bersantai dan diskusi. Tempat parkir yang disediakan pun juga luas di area depan dan belakang warung. Sering juga diadakan event – event atau acara promosi dengan suatu brand.

Namun, dengan adanya pandemic virus corona ini, Sarang Kopi Ponorogo sepi dan mengalami penurunan omzet penjualan. Pandemic *covid-19* ini sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Konsumen lebih selektif lagi dalam pengambilan keputusan. Hal ini menjadi tantangan bagi pelaku bisnis seperti sarang kopi untuk tidak pasrah pada tekanan virus corona. Inovasi sangat perlu dilakukan untuk tetap bertahan pada kondisi ini.

Berdasarkan laporan keuangan Sarang kopi Ponorogo mengalami penurunan laba yang sangat drastis mulai tahun 2020. Omzet tertinggi yang diperoleh Sarang Kopi Ponorogo ditahun 2019 adalah sebesar 9 juta rupiah. Sedangkan omzet tertinggi ditahun 2020 hanya sebesar 5 juta rupiah. Sarang kopi ponorogo diharapkan bisa tetap bertahan dimasa pandemic ini agar omzet penjualan tidak terus merosot.

Dalam mempertahankan dan menaikkan omzet penjualan, pelaku bisnis harus mempunyai ide kreatif untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian. Keputusan konsumen dalam membeli dipengaruhi beberapa factor seperti harga, pelayanan, dan lokasi. Pada keputusan konsumen, informasi harga menjadi hal sangat dibutuhkan, dengan adanya diskon atau potongan pembelian ini akan sangat menarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen akan cenderung memilih harga yang lebih murah daripada harga yang mahal. Pelaku bisnis juga dituntut untuk memberikan inovasi pelayanan, bukan hanya offline tapi juga memberikan pelayanan online yang baik dan ramah terhadap konsumen agar minat konsumen untuk membeli produk semakin tinggi. Pelayanan yang baik akan memberikan kesan terhadap konsumen. Konsumen akan merasa nyaman ketika dilayani dengan baik. Selanjutnya lokasi yang dekat dengan target konsumen yang disasar menjadi hal yang wajib dalam pemasaran, hal ini akan memudahkan konsumen dalam membeli produk yang diinginkan.

Sugiarto (2013) menyatakan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Verina (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook”, menyatakan bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko fashion di Facebook.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diketahui hasil yang berbeda-beda. Sehingga perlu dilakukan suatu penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA, PELAYANAN, DAN PEMILIHAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KOPI DI SARANG KOPI PONOROGO”**.

B. PERUMUSAN MASALAH

Dari permasalahan di atas maka perumusan masalah yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Sarang Kopi Ponorogo?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Sarang Kopi Ponorogo?
3. Apakah pemilihan tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Sarang Kopi Ponorogo?
4. Apakah harga, pelayanan dan pemilihan tempat secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Sarang Kopi Ponorogo?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

a. Tujuan Penelitian

Dari beberapa rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Sarang Kopi Ponorogo.
- 2) Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Sarang Kopi Ponorogo.
- 3) Mengetahui pengaruh pemilihan tempat terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Sarang Kopi Ponorogo.
- 4) Mengetahui harga, pelayanan dan pemilihan tempat secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Sarang Kopi Ponorogo.

b. Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

- 1) Bagi Pemilik atau Pengelola Sarang Kopi Ponorogo
Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menentukan langkah-langkah strategi pemasaran yang berorientasi terhadap keputusan pembelian dalam upaya peningkatan volume pembelian minuman kopi di Sarang Kopi Ponorogo.

2) Bagi Peneliti

Mempraktekkan teori-teori yang diterima selama perkuliahan untuk diterapkan pada realita di lapang serta menambah pengetahuan penulis.

3) Bagi Universitas

Memberikan suatu karya baru yang dapat mendukung dalam pengembangan informasi, serta menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh harga, pelayanan dan pemilihan tempat terhadap keputusan pembelian.

4) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan acuan serta pertimbangan dalam pengembangan penelitian ilmu yang sejenis, sehingga bisa dipakai untuk penyempurna penelitian selanjutnya.

