

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti sekarang ini cafe merupakan suatu bisnis yang menjanjikan. Bukan hanya sekedar area untuk makan saja akan tetapi banyak masyarakat yang menjadikan cafe digunakan untuk tempat berkumpul. Hal ini dapat ditinjau dari gaya masyarakat saat ini yang senang bertatap muka, berbincang – bincang dan juga bersantai. Manusia adalah makhluk sosial dimanapun mereka berada saling membutuhkan satu sama yang lain. Dengan demikian mereka membutuhkan sarana untuk bersosialisasi. Oleh karena itu dengan adanya cafe ini dapat merealisasikan keinginan mereka akan tempat berkumpul.

*Coffeehouse, coffeeshop, café* merupakan gabungan dari karakter bar dan beberapa karakter restoran. Di beberapa Negara, *café* dapat menyerupai resto, menawarkan aneka makanan berat. Bagian terpenting dari sebuah *coffeehouse* dari awal mulanya adalah fungsi sosialnya, tersedianya tempat dimana orang-orang pergi untuk berkumpul, bercengkrama, menulis, membaca, bermain atau ketika menghabiskan waktu baik dalam kelompok/secara individu. Kafe berasal dari kata Prancis yaitu *cafe* yang berarti *coffee* dalam Bahasa Indonesia yaitu kopi atau *coffeehouse* dalam Bahasa Indonesia adalah kedai kopi, istilah ini muncul pada abad ke-18 di Inggris. Kopi pertama kali masuk ke Eropa pada tahun 1669 ketika utusan Sultan Mohammed IV berkunjung ke Paris,

Prancis, dengan membawa berkarung-karung biji misterius yang nantinya dikenal dengan nama *coffee*.

Pada awalnya kafe hanya berfungsi sebagai kedai kopi, tetapi sesuai dengan perkembangan jaman kafe telah memiliki banyak konsep, diantaranya sebagai tempat menikmati hidangan/dinner, kafe otomotif yang kafe ini disediakan bagi komunitas penggemar dunia otomotif, sampai pada *cyber cafe* atau kafe yang menyediakan fasilitas jaringan *on-line*/internet bagi konsumennya (dalam Laksmi Damayanti, <http://digilib.its.ac.id> diakses 25 September 2014).

Dengan menjamurnya usaha cafe menuntut owner cafe untuk berfikir kreatif untuk untuk menciptakan konsep – konsep yang berbeda dengan cafe – cafe lainnya. Dengan menjamurnya usaha cafe tersebut maka akan menimbulkan lingkungan persaingan antara pengusaha satu dengan yang lain. Dengan semakin ketatnya persaingan didunia bisnis terutama pada usaha yang sejenis, membuat perusahaan bergerak lebih para cepat dalam hal menarik konsumen. Dengan persaingan tersebut perusahaan menerapkan konsep pemasaran dan mencermati perilaku konsumen serta mencari faktor– faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu perusahaan perlu mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen dan juga pasar. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka memberikan masukan yang penting bagi perusahaan untuk merancang strategi yang baik agar dapat menarik konsumen.

Setiap orang mempunyai bermacam - macam kebutuhan, baik kebutuhan primer maupun sekunder. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal yakni ketika salah satu kebutuhan normal seseorang misal; rasa lapar, rasa haus. Selain dipicu dari rangsangan internal seseorang, kebutuhan juga dipicu dari rangsangan eksternal misalnya; iklan atau ajakan dari teman. Dengan semakin banyak kebutuhan yang dimiliki oleh konsumen maka menuntut para konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Dalam keputusan pembelian terdapat dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal terdiri atas faktor pribadi dan psikologis sedangkan faktor eksternalnya terdiri atas budaya dan sosial. Dengan adanya faktor keputusan pembelian tersebut maka perusahaan harus lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola suatu usaha agar dapat menarik konsumen.

Salah satu cara yang harus ditempuh perusahaan untuk dapat menarik konsumen adalah dengan cara meningkatkan kualitas yang ada di perusahaan tersebut, salah satunya adalah kualitas pelayanannya. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang pelanggan. Dengan cara melatih karyawan agar bisa terampil, berwawasan luas dan menarik agar dapat meningkatkan

kualitas pelayanannya. Selain mengutamakan kualitas pelayanan perusahaan juga harus mengutamakan kecepatan dan keramahan.

Disamping peningkatan kualitas pelayanannya hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah lokasi penempatan usahanya. Dengan penempatan usaha yang strategis maka akan mempermudah konsumen dalam menjangkau tempat usaha tersebut. Selain lokasi yang strategis lokasi harus memperhatikan arus lalu lintasnya apakah lancar atau tidak dengan arus lalu lintas yang lancar akan mempermudah konsumen untuk membeli. Selain arus lalu lintas kita harus memperhatikan kondisi lingkungan yang ada disekitar tempat usaha, dengan menciptakan lingkungan yang bersih dan rapi maka akan membuat konsumen nyaman berada di tempat usaha tersebut.

Selain memperhatikan kualitas pelayanan dan lokasi perusahaan harus juga memperhatikan fasilitas yang turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia.

Sekarang banyak berkembang Cafe dimana – mana termasuk di Kabupaten Klaten Jawa Tengah. Restoran dan tempat makan di Kota Klaten telah berkembang pesat salah satunya adalah Coffee Radio yang telah menjadi

tujuan kuliner warga Klaten. Berbagai jenis makanan dan minuman dijual dengan harga yang juga bervariasi. Tempat yang nyaman serta rasa makanan dan minuman yang enak merupakan salah satu tujuan pembeli.

Coffee Radio yang mempunyai konsep homey/rumah dan juga angkringan modern. Di Coffee Radio mempunyai menu yang enak seperti roti bakar aneka rasa, pisang panggang aneka rasa, bakso, jus aneka rasa, kopi dan lain – lain. Di Coffee Radio mempunyai even yang dinamakan Stand Up Comedy seperti music humor, wayan gedar dan lain – lain, even ini merupakan bentuk kualitas pelayanan dan fasilitas di Coffee Radio.

Dengan konsep homey/rumah serta fasilitas yang tersedia membuat peneliti tertarik untuk menelitinya. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berbeda dengan peneliti-peneliti sebelumnya, karena peneliti sebelumnya hanya meneliti mengenai segi SWOT dan 7 P yang dilakukan oleh Amin Sri Rahayu. Dari penelitian ini mungkin akan menambah lagi perkembangan penelitian mengenai Perilaku konsumen di Coffee Radio.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Di Coffee Radio Di Klaten)**

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang dapat mempermudah langkah-langkah penyelesaiannya.

Adapun pokok permasalahan adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian (studi kasus di Coffee Radio) ?
2. Diantara variabel kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas variable manakah yang memberikan kontribusi/sumbangan paling besar terhadap keputusan pembelian (studi kasus di Coffee) ?

## 1.3. Batasan Masalah

Begitu kompleksnya permasalahan maka perlu adanya pembatasan masalah agar pokok permasalahan yang diteliti tetap fokus dan tidak melebar. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah yang diteliti, diantaranya :

1. Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian di Coffee Radio Klaten.
2. Penelitian hanya dilakukan di reshare Coffee Radio yang beralamat di Jl. Nuri no 21 Mojorejo, Bareng Klaten utamanya untuk meneliti pelanggan yang membeli di Coffee Radio
3. Penelitian ini meneliti konsumen yang berkunjung lebih dari satu kali

## **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap keputusan Pembelian. (Studi Kasus di Coffee Radio)
2. Untuk mengetahui faktor yang dominan dari Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Kasus di Coffee Radio)

### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan  
Untuk membantu perusahaan mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian dan membantu untuk mengetahui faktor – faktor keputusan pembelian.
2. Bagi Peneliti  
Kegiatan penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen dan mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan dan juga menerapkan teori – teori yang sudah diperoleh di Perguruan Tinggi.
3. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil Penelitian ini dapat menambah bahan bacaan perpustakaan. Menjadi referensi dan daftar pustaka di kampus. Dan

menjadi acuan penelitian selanjutnya dalam pembahasan yang sama.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

