

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman yang semakin berkembang seperti saat ini, membuat masyarakat terutama para remaja yang cenderung memiliki kesibukan, sering sekali menghabiskan waktu di luar rumah untuk menyegarkan pikiran. Mereka biasanya mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul dengan teman atau hanya bersantai saja. Cafe adalah salah satu tempat yang paling banyak dipilih karena tidak hanya menyajikan makanan dan minuman tetapi juga fasilitas yang membuat pengunjung menjadi nyaman. Selain itu, cafe juga digunakan sebagai tempat menyelesaikan tugas sekolah maupun pekerjaan kantor.

Cafe sudah ada dimana-mana sehingga persaingan bisnis juga semakin ketat terutama cafe dengan produk-produk sejenis. Cafe yang paling banyak ditemui di Kota Probolinggo adalah cafe yang menjual berbagai variasi minuman kopi (*Coffee Shop*). Hal ini membuat pemilik cafe harus mampu bersaing untuk bergerak lebih cepat agar konsumen tertarik dan juga menang dalam persaingan. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Beberapa diantaranya yaitu penetapan harga, penentuan lokasi bisnis, dan kualitas pelayanan terhadap pembeli. Harga yaitu suatu nilai yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2018:171). Jika harga yang ditawarkan sudah cocok dengan konsumen, maka dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Lokasi bisnis juga dapat menjadi perhatian konsumen. Bagi pemilik sebuah bisnis atau perusahaan pemilihan lokasi harus dipertimbangkan dengan baik. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah satu dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya (Kasmir & Jakfar, 2017:152). Lokasi yang strategis adalah lokasi yang sering dilewati orang banyak atau lokasi padat penduduk sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk datang.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang diberikan mencakup pelayanan saat penawaran produk, pelayanan saat melakukan transaksi jual beli dengan konsumen, pelayanan dalam menanggapi permintaan konsumen, dan lain-lain. Sebagai pihak yang mengkonsumsi produk tersebut, konsumen yang dapat menilai tingkat kualitas pelayanan sebuah bisnis atau perusahaan. Penilaian konsumen ini bisa bersifat subyektif karena tergantung dengan selera masing-masing konsumen. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam sebuah bisnis cafe untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik agar mendapatkan loyalitas dari konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan (Zeithmal dan Bitner, 2003) dalam Firmansyah (2018:134).

Cafe berkonsep *Coffee Shop* di Kota Probolinggo yang menarik untuk dikunjungi salah satunya yaitu Cafe Barrel atau *Barrel Coffee Garage*. Cafe Barrel merupakan salah satu cafe yang terkenal di kalangan remaja Kota Probolinggo. Cafe ini berdiri sejak September 2019 dan beralamat di Jl. MT. Haryono no. 10, Kelurahan Jati, Kecamatan Mayangan, Kota Probolinggo. Cafe Barrel sendiri diperkenalkan pertama kali pada suatu festival lokal di Probolinggo yang bernama “Tang Festival Jeh”. Cafe ini menjual berbagai variasi minuman olahan kopi seperti Espresso, Amerikano, Cappucino, dan lain-lain. Selain minuman olahan kopi, Cafe Barrel juga menyediakan minuman varian coklat dan rasa lainnya untuk konsumen yang tidak bisa minum kopi serta berbagai macam cemilan yang cocok untuk dinikmati saat berkumpul bersama teman maupun saat mengerjakan tugas.

Cafe Barrel ini memiliki konsep cafe garasi mobil dengan desain interior dan eksterior yang unik. Banyak tumbuhan yang ada di dalam cafe sehingga menimbulkan efek sejuk dan rasa nyaman pengunjung. Pelayanan yang diberikan oleh Cafe Barrel kepada setiap konsumennya dilakukan dengan ramah dan pelayan yang berpakaian rapibersih sehingga membuat konsumen merasa puas dan betah berlama-lama di Cafe Barrel. Harga yang ditetapkan juga cukup terjangkau yakni berkisar antara Rp. 13.000 – Rp. 15.000. Hal ini sesuai dengan visi yang diterapkan oleh Cafe Barrel yaitu “Semua bisa ngopi enak dan nyaman dengan tempat kami”.

Fakta menarik yang terdapat pada penelitian ini yaitu terletak pada strategi pemasaran yang diterapkan Cafe Barrel berkaitan dengan variabel lokasi. Berdasarkan letaknya, Cafe Barrel ini berada di lokasi yang tidak sering dilewati orang banyak sebab tidak berada di jalan besar tetapi masuk gang. Alasan berada di dalam gang karena pemilik memanfaatkan lahan milik pribadi agar tidak mengeluarkan biaya untuk sewa tempat sehingga dapat memaksimalkan penjualan produk, promosi, dan lainnya. Namun dengan lokasi yang cukup strategis, cafe ini menarik konsumen dengan desain dan konsep cafenya yang unik serta area parkir yang cukup luas sehingga Cafe Barrel ini ramai pengunjung sejak awal dibukanya cafe terutama para remaja dan anak-anak muda.

Cafe Barrel juga memiliki beberapa permasalahan yaitu pada harga bahan baku yang terkadang mengalami fluktuasi. Namun, fluktuasi harga yang terjadi tidak mempengaruhi harga jual yang sudah ditetapkan oleh Cafe Barrel. Permasalahan lain yakni terkait adanya pandemi Covid-19 penjualan di Cafe Barrel mengalami penurunan dikarenakan banyak penyekatan jalan sehingga membuat masyarakat tidak bisa pergi kemana-mana dan terdapat larangan makan di tempat (dine in). Walaupun begitu, pihak Cafe Barrel tetap fokus ke penjualan online dengan bekerja sama dengan kurir-kurir lokal, GrabFood, dan GoFood serta penjualan take away.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE BARREL KECAMATAN MAYANGAN KOTA PROBOLINGGO**".

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga yang ditetapkan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Cafe Barrel?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Cafe Barrel?
3. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Cafe Barrel?
4. Variabel apakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Cafe Barrel?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian produk di Cafe Barrel.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe Barrel.
3. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di Cafe Barrel.
4. Menganalisis dan menguji variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Cafe Barrel.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan membawa manfaat ataupun kegunaan bagi perusahaan maupun pembaca. Maka adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan bisa menjadi suatu masukan dalam mempertahankan serta meningkatkan penjualan pada cafe tersebut agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi serta pengetahuan dalam bidang pemasaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk peneliti-peneliti selanjutnya yang berkaitan tentang keputusan pembelian.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen serta dapat diterapkan pada dunia kerja.