

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia usaha yang pada masa sekarang berkembang sangat pesat dapat menjadi sebuah resiko bagi para pelaku usaha untuk dapat tetap memenangkan persaingan dengan para pesaingnya dan tetap melanjutkan kelangsungan hidup perusahaannya. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus bisa menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, harga yang murah dibandingkan pesaing, waktu penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya (Wardhani 2010). Dengan kondisi persaingan dunia usaha yang saat ini semakin ketat membuat pola pikir konsumen yang kerap berubah-ubah, hal ini membuat perusahaan dituntut agar dapat mengikuti dan memenuhi keinginan konsumen yang berubah-ubah tersebut, sehingga menyebabkan terjadinya perubahan cara berpikir oleh perusahaan tersebut, termasuk dalam hal pemasaran dimana yang awalnya pemasaran berwawasan transaksi *transactional marketing* berubah menjadi pemasaran berwawasan hubungan *relationship marketing*. Dimana pada sebelumnya pemasaran hanya difokuskan dalam pencapaian target penjualan, namun sekarang bergeser kearah pemasaran yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Dengan terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan maka secara tidak langsung pelanggan tersebut dapat memberikan saran dan masukan penting terhadap perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengevaluasi masukan tersebut dan dilanjutkan dengan memberikan solusi dan tindakan terhadap saran dan masukan yang diberikan para pelanggan sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya.

Tempat usaha yang akan dibahas oleh peneliti kali ini adalah Kafe. Di Indonesia Kafe sendiri merupakan tempat yang tidak lagi asing bagi masyarakat. Terdapat berbagai macam Kafe yang ada pada masa kini mulai dari Kafe yang menonjolkan makanan maupun minuman dalam penyajian menu andalan yang disuguhkan untuk para pelanggan. Dalam menjalankan bisnisnya para pelaku usaha Kafe ini fokus bersaing dalam menonjolkan keunikan identitas Kafe yang dapat

menimbulkan kesan dihati para pelanggan. Dalam hal ini nantinya akan menjadikan Kafe tersebut terkenal dan akan menarik minat masyarakat secara luas sehingga dapat mengundang banyak pelanggan yang lain. Menurut Maulidi (2017), Kafe adalah tempat untuk bersantai dan berbincang – bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan.

Dalam menjalankan bisnis usaha pada masa kini, lokasi merupakan hal yang paling mutlak diperhitungkan oleh para pelaku usaha. Hal ini dikarenakan lokasi adalah komponen utama yang sangat berhubungan langsung dengan para konsumen, terutama pada hal pemilihan lokasi yang didalamnya diperhitungkan juga apakah pemilihan lokasi tersebut telah sesuai atau sudah berdekatan dengan pangsa pasar yang hendak dituju dan juga apakah lokasi tersebut sudah dinilai strategis dalam mencakup minat konsumen dan dapat dijangkau oleh banyaknya konsumen yang ada di sekitaran area dijalankannya bisnis kafe tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:92) lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Tempat penelitian yang diambil oleh peneliti adalah Kafe CYON'S COFFEE Yang terletak di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. Berada di tengah keramaian kota yang memiliki mobilitas masyarakat yang cukup tinggi Kafe ini mampu bertahan dan terus berkembang terhitung mulai berdiri sejak tahun 2016 silam dan dapat bertahan hingga sekarang. Nama Cyon's Sendiri berasal dari nama pemilik Kafe yang bernama Bapak Cahyono. Pada awal mula berdirinya Kafe ini pemilik memiliki modal keseluruhan senilai Rp. 20.000.000 nominal ini meliputi pembelian peralatan kelengkapan Kafe dan furnitur Kafe, sedangkan untuk tempat lokasi yang saat ini ditempati masih merupakan milik lahan pribadi dengan ukuran luas areal Kafe yang berkisar 200 meter persegi, namun dikarenakan kepemilikan pribadi sehingga biaya untuk lahan hanya terbebani pada pajak setiap tahunnya. Pada 2 tahun awal berdirinya, Cyon's Kafe hanya memiliki 4 Produk unggulan yakni kopi robusta, kopi arabica, drip robusta aceh, dan drip arabica aceh. Cyon's Kafe ini memiliki peluang bisnis yang sangat baik untuk kedepannya, hal

ini dikarenakan Cyon's Kafe memiliki konsep Kafe yang dinilai memiliki suatu keunikan dalam menjalankan bisnisnya disamping hal tersebut juga ditambah dengan banyaknya pesaing usaha yang mulai berkiblat pada konsep yang dijalankan oleh Cyon's Kafe, oleh karena itu peneliti memilih tempat ini sebagai proyek penelitiannya untuk dapat lebih memajukan Cyon's Kafe dalam menjalankan bisnis kedepannya.

Untuk mempertahankan kelangsungan berjalannya bisnis, juga sangat diperlukannya kualitas pelayanan yang sesuai dengan minat konsumen agar dapat tetap dapat membuat rasa puas bagi para konsumen. Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan (Kotler 2019). Dalam hal pelayanan yang dilibatkan dalam berjalannya usaha Kafe ini adalah tentang sistem pelayanannya. Dalam sistem pelayanannya terdapat beberapa macam jenis pelayanan pada Kafe yang berbeda-beda. Jenis-jenis pelayanan tersebut antara lain *Self Service*, *Waiter of Waitress Service to Table*, dan *Automatic Vending*. *Self Service* sendiri adalah model pelayanan yang pengunjungnya melakukan pelayanan bagi dirinya sendiri, *Waiter of Waitress Service to Table* adalah sistem pelayanan yang sistem pelayannya secara penuh diatasi oleh pelayan, dan sedangkan *Automatic Vending* adalah sebuah sistem pelayanan yang secara utuh menggunakan mesin otomatis dalam melayani konsumennya.

Seiring berjalannya waktu hingga saat ini Cyon's Kafe terus mengembangkan produk yang dijualnya dengan menambahkan beberapa menu baru tiap tahunnya mengikuti minat konsumen yang terus bertambah, hingga saat ini total produk yang tersedia pada daftar menu telah mencapai 15 produk unggulan yang kian diminati oleh pelanggannya. Dari berbagai macam sistem penyajian yang biasanya digunakan, Kafe Cyon's sendiri menggunakan sistem penyajian *Waiter or Waitres Service to Table* yang berarti pengunjung datang lalu duduk pada kursi yang telah disediakan, kemudian pramusaji akan melayani pengunjung tersebut, pelayan akan mengantarkan menu dan makanan maupun minuman hingga

membayar kekasir juga, sehingga orang tidak perlu beranjak dari kursinya. Sedangkan konsep yang ditonjolkan dari Kafe Cyon's sendiri adalah semi outdoor yakni beberapa kursi terdapat pada suatu ruangan dan sisanya berada di luar ruangan, yang dipadukan dengan tatanan penataan tanaman hias yang tertata rapi sehingga dapat menambah keindahan dan kesejukan suasana Kafe Cyon's ini sendiri. Kafe Cyon's sendiri juga menambahkan beberapa fasilitas hiburan untuk membuat pelanggan merasa betah dan tidak jenuh yakni beberapa alat musik seperti gitar, dan juga beberapa alat permainan papan seperti catur. Dengan jam bukaantara 12.00 WIB – 02.00 WIB jumlah pelanggan yang datang setiap harinya mencapai rata-rata antara 50-100 pelanggan, dengan jumlah pelanggan sekian omset harian pada Kafe Cyon's ini dapat mencapai 1 hingga 3 juta rupiah setiap harinya. Pada waktu peneliti datang ke Kafe Cyon's dan melakukan wawancara mendasar terhadap pemilik, telah didapatkan data omset penjualan dalam 3 bulan terakhir yakni pada kurun bulan januari 2022 hingga maret 2022 yang meliputi pada bulan januari 2022 mendapat omset di angka Rp 42.000.000,00 yang artinya pendapatan hariannya adalah Rp 1.400.000,00 pada bulan Februari 2022 dengan omset Rp 40.000.000,00 yang artinya pendapatan hariannya adalah Rp 1.330.000 dan pada bulan Maret 2022 dengan omset Rp 40.000.000 yang artinya pendapatan hariannya Rp 1.330.000,00 sama dengan bulan sebelumnya. Maka dapat disimpulkan bahwa pemilik memiliki permasalahan yang saat ini dihadapi, yakni mulai banyaknya pelaku usaha pesaing yang bermunculan di sekitarnya yang juga hampir meniru sistem pelayanan yang telah dijalankan yang menyebabkan mulai terpecahnya minat konsumen untuk datang ke Kafe Cyon's sehingga pendapatan Kafe Cyon's cenderung menurun. Dan juga ditambah dengan keinginan pemilik yang ingin mengetahui apakah sistem pelayanan yang diterapkan dan juga lokasi dari Kafe Cyon's sendiri telah memberikan kepuasan terhadap para pelanggan atau ada yang harus di tambahkan maupun diubah demi kelangsungan dan peningkatan keputusan pembelian terhadap Kafe Cyon's. Hal ini yang menyebabkan perlunya dilakukan penelitian lebih mendalam terhadap kondisi Kafe Cyon's.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kafe Cyon's Coffee Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto ?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kafe Cyon's Coffee Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto ?
3. Apakah variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kafe Cyon's Coffee Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, maka dapat diuraikan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kafe Cyon's Coffee Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk mengetahui bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kafe Cyon's Coffee Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto.
3. Untuk mengetahui bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kafe Cyon's Coffee Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah diuraikan, maka dapat diuraikan manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan di perguruan tinggi juga guna memberikan tambahan wawasan peneliti dibidang

pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan bahan informasi terkait variabel kualitas pelayanan dan lokasi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga perusahaan dapat melakukan peningkatan atau sebagai bahan evaluasi terhadap perusahaan itu sendiri.

3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti lain sebagai informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya.