

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era modern ini, bisnis cafe merupakan suatu bisnis yang menjanjikan. Tak sekadar sebagai area makan, banyak masyarakat yang menjadikan cafe sebagai tempat untuk berkumpul. Hal itu ditinjau dari gaya hidup masyarakat masa kini yang cenderung senang bertatap muka, bersantai dan berbincang. Sudah menjadi suatu kebutuhan masyarakat untuk bersosialisasi, dan mereka membutuhkan sarana untuk mewujudkan keinginan mereka. Oleh Karena itu, dengan adanya cafe ini dimaksudkan untuk merealisasikan kebutuhan masyarakat yaitu sarana berkumpul.

Banyaknya cafe yang bermunculan mengakibatkan para pengusaha berpikir lebih kreatif untuk menciptakan konsep yang berbeda dari cafe – cafe yang sudah ada. Hal ini sudah tentu untuk menarik perhatian pengunjung. Pada umumnya, para pengusaha cafe terlebih dahulu mensurvei apa yang menjadi tren di pasaran masyarakat atau dari kebiasaan–kebiasaan masyarakat. Masyarakat kebanyakan suka dengan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang sudah ada. Lagi pula masyarakat perkotaan terkadang jenuh dengan keramaian kota sehingga mereka mencari alternatif area bersantai.

Persaingan dalam bisnis ini cukup banyak, tetapi tidak sebanyak orang yang mulai jadi penikmat atau penggemar kopi untuk saat ini. Jadi usaha ini tetap masih bisa diandalkan. Dengan persaingan yang begitu ketatnya mendapatkan pelanggan baru menjadi sebuah tantangan bagi sebuah cafe, apalagi jika harus bersaing dengan para merek senior yang cukup lama misalnya Cak Wang, oleh karena itu, pengusaha cafe yang mengusung produk kopi yang unik, mereka merangkul berbagai komunitas dari kalangan anak muda seperti fans klub sepak bola, komunitas bikers, komunitas pecinta alam serta komunitas lain yang ada di kabupaten Jember. Tidak kalah dengan strategi yang diterapkan cafe yang lain. Cafe kolong juga menyediakan produk yang unik dan juga tempat yang strategis. Dari komunitas dan pelanggan setia itulah nama cafe kolong terdengar oleh pelanggan-pelanggan baru, keuntungan pemasaran melalui komunitas selain

hemat biaya juga menjadi jalan untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan yang ada di cafe kolong. Cafe ini juga memberikan kenyamanan tempat yang mempunyai konsep yang sangat unik. Dan juga dengan pelayanan yang sangat ramah sehingga mempunyai kelebihan dari pesaing terdekat yaitu cafe ini setiap minggunya selalu mengadakan pertunjukkan musik yang menampilkan band-band lokal Jember, kegiatan seperti ini sangat positif untuk perkembangan musik dikota Jember khususnya untuk musisi muda yang ada disini. Berbeda dengan cafe lain yang selevel dengan cafe kolong.

Cafe ini sebagai kedai kopi kecil, tapi menyediakan berbagai macam menu kopi yaitu kopi ala kolong, kopi uong-uong, kopi premium dan kopi racik serta minuman modern lainnya yaitu es susu coklat blended, berbagai macam jus, berbagai macam susu, soda susu rasa dan chocolate. Dan juga menyediakan berbagai makanan *Fast Food* diantaranya mie instant kuah/goreng, mie instant telur dan mie omelate kemudian juga tersedia makanan ringan seperti kentang goreng ala kolong, pisang krispy, kulit ayam krispy, tahu krispy, dan krispy lionie. Cafe kolong ingin menunjukkan kepada masyarakat bahwa usaha yang ditekuninya jika diberikan sentuhan dengan kreatifitas akan membuahkan hasil. Konsep berwawasan produk, menyatakan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur paling bermutu, berprestasi atau inovatif, (Kotler, 2007:8).

Persaingan yang ada dengan segala penawarannya memberikan kelebihan tersendiri dalam menarik minat konsumennya. Cafe kolong dengan segala penawarannya dan keunggulannya dalam menarik minat konsumennya agar dapat meningkatkan profitabilitas bagi usahanya dan sekaligus memenuhi kebutuhan yang memadai bagi konsumennya. Strategi usaha dibalik kesuksesan tersebut, harus tetap dapat dipertahankan dalam menghadapi persaingan dan juga harus mampu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta memperoleh pangsa pasar.

Menurut Kotler (1990:188) keputusan seorang pembeli dipengaruhi oleh usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, konsumen individu, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri. Dari semua faktor yang mempengaruhi

keputusan pembelian tersebut, peneliti membatasi beberapa faktor yang diteliti yaitu pekerjaan, konsumen individu, keadaan ekonomi dan gaya hidup untuk menentukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian, menurut Kotler dan Armstrong (2001;226) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian merupakan kegiatan secara individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan berbagai macam menu yang ditawarkan. Dalam proses pembelian konsumen harus mempertimbangkan manfaat menu yang dipilih. Es susu coklat blended adalah menu yang paling digemari dan unggulan, selain enak es susu coklat blended juga menyehatkan bagi tubuh karena susu yang dipakai sebagai bahan dasarnya adalah susu murni, diberi coklat bubuk sebagai bahan tambahan.

Suatu proses keputusan dalam membeli bukan hanya sekedar mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi pembeli tetapi berdasarkan peranan dalam pengambilan keputusan untuk membeli (Kotler 2008 ). Dalam perkembangan zaman kebiasaan untuk menghabiskan waktu luang di cafe Kolong menjadi sebuah gaya hidup yang menjamur di kalangan masyarakat modern. Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri pengunjung cafe kolong untuk merefleksikan status sosialnya.

Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh usaha cafe Kolong dalam menawarkan produknya kepada konsumen adalah dengan melihat persaingan terhadap menu yang ditawarkan dengan cara melakukan riset terhadap keputusan pembelian konsumen pada salah satu produk minuman yang ada di cafe Kolong yaitu es susu coklat blended. Usaha cafe Kolong dalam menawarkan produknya kepada konsumen adalah menciptakan suatu kesan terhadap produk sesuai dengan keinginan pasar yang dituju atau pasarnya.

Berdasarkan pemikiran diatas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul **“Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian es susu coklat blended di cafe Kolong Jember”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Penjelasan dari latar belakang terdapat beberapa pokok permasalahan yang muncul yaitu :

1. Apakah pekerjaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian es susu coklat blended di cafe Kolong Jember?
2. Apakah konsumen individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian es susu coklat blended di cafe Kolong Jember?
3. Apakah keadaan ekonomi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian es susu coklat blended di cafe Kolong Jember?
4. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian es susu coklat blended di cafe Kolong Jember?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh pekerjaan terhadap keputusan pembelian es susu coklat *blended* di cafe Kolong Jember.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh konsumen individu terhadap keputusan pembelian es susu coklat *blended* di cafe Kolong Jember.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh keadaan ekonomi terhadap keputusan pembelian es susu coklat *blended* di cafe Kolong Jember.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh pekerjaan terhadap keputusan pembelian es susu coklat *blended* di cafe Kolong Jember.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Dari Penelitian ini :

1. Bagi cafe Kolong, dapat dijadikan referensi terhadap keputusan pembelian es susu coklat blended di cafe Kolong.

2. Bagi peneliti yang akan datang, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya terutama penelitian terkait terhadap keputusan pembelian.
3. Bagi ilmu pengetahuan, untuk menambah penbendaharaan perpustakaan dan memberikan wawasan terhadap para pembaca yang membutuhkan.