

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan pariwisata, usaha di bidang makanan, minuman juga berkembang dengan pesat. Pengusaha bisnis di bidang kuliner mulai berlomba untuk menciptakan menu baru agar konsumen atau pelanggan tertarik untuk datang dan mencarinya. Kondisi persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap perusahaan untuk mampu bersaing dan bertahan untuk melawan pesaing, banyaknya perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan konsumen menjadikan kondisi semakin kompetitif. Pemain bisnis kuliner di Indonesia khususnya Kota Metro juga semakin beragam. Saat ini merebaknya cafe mulai jadi pemandangan sehari-hari, bahkan cafe sekalipun kian menjamur di berbagai kalangan. Maraknya cafe tersebut juga diikuti dengan tema dan tujuan tertentu, yaitu beragam konsep dengan iringan musik, terjangkaunya harga, *Store Atmosphere* yang menyenangkan, Kualitas Pelayanan yang maksimal hingga menu yang di sajikan bernuansa tradisional sampai modern seakan menjadi daya tarik tersendiri khususnya anak muda.

Cafe saat ini menjadi suatu industri yang berkembang dengan pesat mengikuti perkembangan pariwisata saat ini. Industri pariwisata khususnya cafe juga memerlukan sumber daya yang berkualitas, harga yang mudah diterima di kalangan masyarakat serta tempat yang nyaman. Cafe juga masih menjadi andalan bagi para anak muda khususnya Kota Metro, di Kota Metro eksistensi cafe mulai diperhitungkan bagi anak-anak muda khususnya mahasiswa/mahasiswi. Umumnya, cafe di Kota Metro sebagai tempat bertatap muka, baik itu dengan keluarga, teman, ataupun rekan kerja bisnis. Tidak dipungkiri, pembuktian ini kian berpengaruh terhadap kehidupan anak-anak muda di Kota Metro seperti, nongkrong atau *hangout*. Kini orang pergi ke cafe tidak hanya mencicipi makanan atau minuman saja, melainkan untuk nongkrong dan bersantai dengan kelompoknya, bahkan ada

beberapa cafe yang cukup unik dan menonjol dikalangan pelanggan yaitu *Lacosta Cafe*.

*Lacosta Cafe* merupakan jenis *restaurant* informal yang menyajikan hidangan hangat dan kudapan. *Lacosta Cafe* sendiri juga menawarkan beberapa jenis makanan yang pengolahannya tak membutuhkan waktu lama, seperti nasi goreng, es kopi gula aren, *cappuccino*, *café latte* dan lainnya. *Lacosta Cafe* sukses memiliki kepedulian tentang sumber daya manusia yang unggul dan memiliki keterampilan yang kompeten dibidangnya, oleh karena itu *Lacosta Cafe* membutuhkan *staff* yang profesional untuk kelancaran operasional. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, harga yang standar, dan *store atmosphere* cafe yang sangat nyaman sehingga dapat meningkatkan pelanggan untuk membeli makanan atau minuman. Berikut data *cafe shop* atau *cafe* yang ada di Kota Metro :

**Table 1.1**

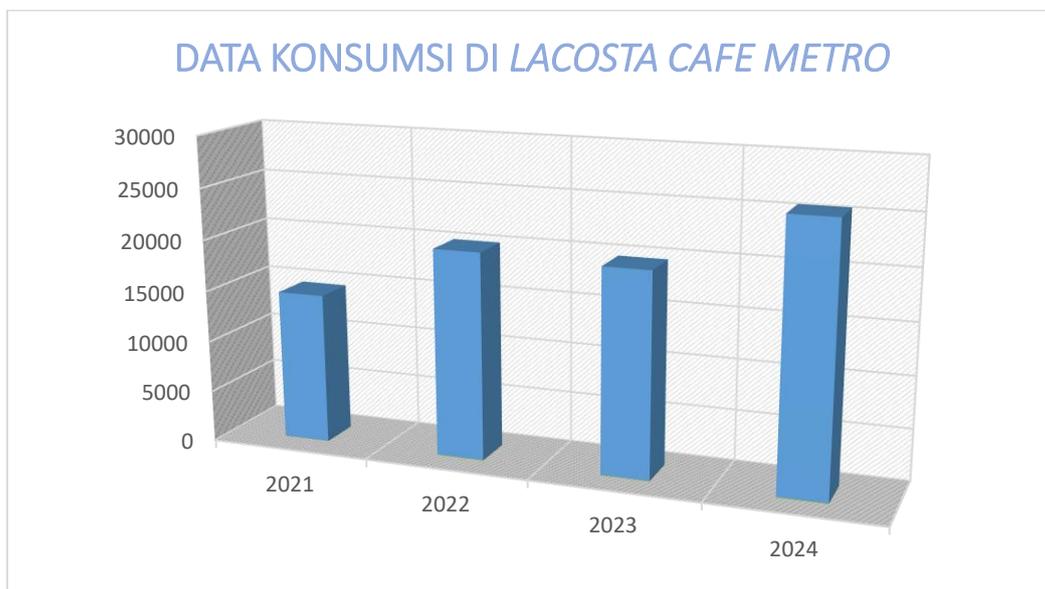
***Coffee shop atau cafe di Kota Metro***

No	Cafe	Alamat
1.	Lacosta	Jl. Alamsyah RPN No.98 Metro Lampung
2.	Kopi Alam	Jl. Alamsya RPN Metro, Lampung
3.	Milestone	Jl. Dempo 21 Polos Metro
4.	Paragraf	Jl. Melati Barat No.12 Metro
5.	Timeless	Jl. AH Nasution No.87 Metro, Lampung
6.	Arroz	Jl. Raya Stadion Metro, Lampung
7.	Baper	Jl. Raden Intan No.15 Metro, Lampung
8.	Faux Society	Jl. Ahmad Yani 15a Metro Lampung
9.	Matrox	Jl. Alamsyah RPN Metro
10.	Harit .est	Jl. Way Seputih No.37 Metro, Lampung

11.	Bongsu	Jl. Ikan Mas No.10 Metro
12.	Kopi Sheo	Jl. Ahmad Yani Metro, Lampung
13.	Nuno	Jl. Alamsyah RPN Metro, Lampung
14.	Pance	Jl. Mawar Barat Metro, Lampung
15.	Bien	Jl. Tawes No.38 Metro, Lampung
16.	20 kopi	Jl. Imam Bonjol No.79 Metro

Sumber : Survey Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil identifikasi dengan dasar sebuah data kunjungan pelanggan saat ini *Lacosta Cafe* Metro mengalami sedikit problem yang dimana semakin banyaknya persaingan bisnis terutama bisnis *cafe*, khususnya dalam persaingan harga, desain toko, mutu makanan dan pelayanan antar usaha sejenis di sekitar *Lacosta Cafe*. *Lacosta cafe* merupakan salah satu coffee shop yang menghadapi ketatnya persaingan bisnis *cafe* pada saat ini. Coffee shop ini selama beberapa tahun mengalami perkembangan cukup pesat, hal ini dapat dilihat pada data kunjungan atau pelanggan *Lacosta cafe* Metro Lampung dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2024.



Sumber : *Lacosta cafe* Metro Lampung Tahun 2021-2024

**Gambar 1.1 Grafik**

### **Data Konsumsi *Lacosta Cafe* Metro Lampung di Tahun 2021-2024**

Berdasar grafik di atas diketahui bahwa terjadi fluktuasi pada beberapa tahun belakangan. Permasalahan yang menyebabkan terjadinya hal ini adalah karena banyaknya coffee shop baru yang berada di Kota Metro. Untuk dapat bertahan *Lacosta cafe* harus mengembangkan strategi pemasarannya misalnya dengan cara meningkatkan lagi kualitas layanan maupun produk.

Melihat banyaknya persaingan bisnis coffee shop saat ini, maka peneliti melakukan penelitian terdahulu (pra-survey) untuk mengetahui faktor-faktor dominan yang mempengaruhi proses Keputusan pembelian pada *Lacosta cafe*. Peneliti melakukan pra-survey kepada 30 orang responden yang sudah berkunjung dan melakukan pembelian. Setiap responden memiliki jawaban lebih dari satu dan tentunya berbeda-beda. Pra-survey ini dilakukan pada bulan Mei 2024 dengan kesimpulan sebagai berikut :

**Table 1.2**

#### **Hasil Pra-Survey Alasan Konsumen Datang Ke *Lacosta Cafe* Metro**

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>
1.	Pelayanan sangat baik
2.	Tertarik berkunjung dengan suasana tempatnya
3.	Harga yang di tawarkan terjangkau
4.	Tertarik berkunjung Kembali karena kualitas dan rasa yang enak

*Sumber : Pra-survey*

Berdasarkan dari table diatas menunjukkan bahwa beberapa faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan kunjungan atau pembelian ulang di antaranya yaitu pelayanan yang sangat baik, suasana tempat, harga cukup terjangkau dan kualitas rasa yang enak.

Kualitas Layanan dapat dilihat dari kemampuan para tenaga penjualnya, karena tenaga penjual merupakan ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan dimana mereka yang langsung berhadapan dengan konsumen. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen dimana Kualitas Pelayanan akan memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin hubungan yang menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan sehingga hal ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik konsumen. Hasil studi menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Kopi Lain Hati Tondano (Kasiono *et al.*, 2022).

*Store Atmosphere* yang tercipta dengan desain interior maupun eksterior, suara gemuruh atau tenang, musik, penerangan dan segala sesuatu yang akhirnya membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen. menyatakan bahwa *store atmosphere* merupakan kombinasi dari karakter fisik gerai seperti arsitektur, layout, pengaturan pencahayaan, display, pemaduan warna, suhu, alunan musik dan aroma yang menyeluruh. Faktor penunjang bisnis kafe dimana *atmosphere* yang tercipta dapat membuat konsumen merasakan sesuatu yang berbeda di setiap kafe yang mereka datangi. Hasil studi menyatakan bahwa *Store Atmosphere* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Monopoli Cafe and Resto, karena kepuasan pelanggan bisa didapat setelah melakukan keputusan pembelian. *Store Atmosphere* dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jika melalui keputusan pembelian (Munandar & Erdkhadifa, 2023).

Adapun faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha seperti persepsi harga. persepsi harga adalah jumlah semua nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa yang dirasakan oleh konsumen tentang keterjangkauannya, lebih luas lagi persepsi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Secara teoritis semakin tinggi Persepsi Harga akan mengakibatkan minat konsumen untuk membeli suatu produk menurun. Secara bersamaan menurunnya minat beli konsumen atas suatu produk juga mengakibatkan menurunnya jumlah barang terjual. Hasil studi menyatakan bahwa Persepsi Harga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, maka disimpulkan bahwa semakin baik Persepsi Harga maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan Anak Panah Kopi Semarang (Astuti & Soliha, 2023).

Keputusan Pembelian adalah Keputusan Pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau tidak, perilaku pasca pembelian. Hasil studi menyatakan bahwa, berdasarkan alasan bahwa pembeli datang tidak hanya untuk sekedar membeli cofee, namun juga untuk bersantai dengan teman dan mengerjakan tugas. Sehingga dengan adanya Live Musik ini diharapkan mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan dan Keputusan Pembelian terhadap Kaula Coffee (Celvin Surya Dharma, 2022).

Melihat uraian permasalahan *Lacosta Cafe* di atas membuat peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut di dalam penyusun skripsi ini, dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *STORE ATMOSPHERE* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *LACOSTA CAFE* METRO LAMPUNG”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di *Lacosta Cafe* Metro?
2. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di *Lacosta Cafe* Metro?

3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di *Lacosta Cafe Metro*?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di *Lacosta Cafe Metro*?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang datang berkunjung dan melakukan pembelian di *Lacosta Cafe Metro Lampung*.

#### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di *Lacosta Cafe Metro Lampung*.

#### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Ruang lingkup objek penelitian ini dilakukan di Metro Lampung.

#### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2024.

#### **1.3.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah manajemen pemasaran dan perilaku konsumen yang membahas Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumus masalah yang ada, maka penulis melakukan penelitian ini tujuan untuk :

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di *Lacosta Cafe Metro*?
2. Untuk mengetahui apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di *Lacosta Cafe Metro*?
3. Untuk mengetahui apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di *Lacosta Cafe Metro*?
4. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di *Lacosta Cafe Metro*?

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai dasar yang objektif dalam mengambil keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan datang.

##### **1.5.2 Bagi Penulis**

Untuk menambah pengetahuan penulis dibidang pemasaran khususnya tentang Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* dan Persepsi Harga dalam Keputusan Pembelian dan mengetahui masalah yang dihadapi oleh Perusahaan dengan mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh dibangku kuliah.

##### **1.5.3 Bagi Pihak Lain**

Hasil peneliti ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti berikutnya yang berminat dibidang Keputusan Pembelian.

## **1.6 Sistematika Pihak Lain**

Adapun penulisan sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi tentang landasan teori yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dan penjelasan penelitian-penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran, dan pengujian hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisikan definisi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berisi hasil dan pembahasan yang menjelaskan deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

### **BAB V : PENUTUPAN**

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.