

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin meningkatnya populasi rakyat Indonesia dan krisis ekonomi yang terjadi berdampak juga terhadap berkurangnya lapangan pekerjaan yang tersedia. Bahkan beberapa perusahaan besar di ibukota telah melakukan perampangan jumlah tenaga kerja pada perusahaannya. Hal ini tentu saja akan menimbulkan masalah baru bagi negara ini, yaitu bertambahnya jumlah pengangguran. Untuk menghindari hal semacam ini, rakyat Indonesia banyak yang memutuskan untuk membuka sebuah usaha baik hanya untuk penghasilan sampingan ataupun sebagai sumber penghasilan utama. Berbagai macam bidang usaha berkembang di Indonesia, seperti bisnis property, bisnis dibidang event organizer, bisnis di bidang tour and travel dan yang paling banyak ditemui adalah bisnis di bidang kuliner.(Andanawari, 2014, hlm. 1)

Perkembangan jaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya sering mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, bertemu klien, atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka.

Cafe merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih, cafe dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya, tidak heran

bila para pengunjung cafe bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada di sana. Selain terlibat perbincangan santai, sebagian pengunjung juga menggunakan cafe sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan.

Cafe berasal dari bahasa Perancis yang berarti minuman kopi. Namun seiring perkembangannya, cafe tidak hanya sebuah kedai yang menjual minuman kopi saja tetapi juga menjual beraneka macam makanan dan minuman. Keberadaan cafe seolah sudah menjamur dan dapat ditemui dimana - mana dengan berbagai konsep seperti cafe bergaya rumahan, bergaya klasik hingga bergaya modern. Makanan dan minuman yang ditawarkan pun beragam dari mulai aneka dessert, makanan ringan, makanan utama dan tentu saja berbagai macam olahan minuman yang sebagian besar berbahan dasar kopi. (Andanawari, 2014, hlm. 2)

Sekarang ini di Marabahan semakin marak cafe - cafe baru yang berdiri, akan tetapi tidak semua café banyak yang dikunjungi oleh konsumen, hanya café tertentu saja yang terlihat ramai pengunjungnya. Ada beberapa hal yang mempengaruhi pembelian di sebuah cafe tersebut, misalnya lokasi, layanan, harga, promosi, fasilitas dan lain sebagainya.

Berkembangnya cafe-cafe yang salah satunya telah berdiri sejak tahun 2021, cafe BBC Marabahan yang tempatnya berada di Jl. Bahudin Musa, Kecamatan Marabahan, Kabupaten Barito Kuala. Cafe ini mengusung konsep yang sederhana namun dikemas menjadi tempat yang nyaman bersantai untuk para konsumen. Menu yang ditawarkan di cafe BBC ini pun bervariasi dari

minuman mulai dari harga Rp. 12.000 – Rp. 18.000 dan cemilan serta makanannya mulai dari harga Rp. 10.000 – Rp. 25.000.

Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan, yaitu menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan membeli tidak mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal itu, baik dari faktor internal atau dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan luar yang dilakukan oleh pelaku usaha (perusahaan), dimana dalam hal ini perusahaan atau pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam hubungannya melakukan suatu keputusan pembelian.

Faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah lokasi. Lokasi merupakan salah satu bagian mendasar bagi konsumen dalam pemutusan pembelian, apabila lokasi perusahaan mudah dijangkau, dan mudah diakses oleh transportasi maka perusahaan tersebut mempunyai nilai tambah tersendiri, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Setiap perusahaan harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya. Kualitas merupakan satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. (Soffian Assauri, 2017, hlm.211).

Harga dinilai sebagai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam memutuskan pembelian konsumen tentu akan mencari tahu

harga dan membeli produk yang harganya paling sesuai dengan kemampuannya. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler, 2006).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **“Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe BBC Marabahan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Apakah lokasi, fasilitas dan harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Cafe BBC Marabahan?
2. Apakah lokasi, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe BBC Marabahan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, fasilitas dan harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Cafe BBC Marabahan.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, fasilitas dan harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe BBC Marabahan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan, sebagai bahan tambahan referensi dan wacana khususnya yang berkaitan dengan masalah kualitas tempat, harga, lokasi, dan promosi serta keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Praktisi

Kegunaan dari penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk memperbaiki kinerjanya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan terutama dibidang pemasaran tentang fasilitas, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan atau keputusan pembelian.

E. Definisi Operasional

Dari judul yang peneliti kemukakan, maka diuraikan definisi operasional sebagai berikut :

1. Lokasi (X1)

Lokasi yang strategis akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini dikarenakan dengan adanya lokasi usaha yang dekat dengan rumah atau tempat tinggal, dekat dengan aktivitas, dan mudah dicapai transportasi, akan memudahkan konsumen menjangkau lokasi usaha dengan sedikit mengeluarkan pengorbanan, baik tenaga maupun materi. Dengan begitu maka tingkat kepuasan akan semakin besar dari pada lokasi yang jauh dari tempat aktivitas, jauh dari

tempat tinggal, dan sulit di capai transportasi.

2. Fasilitas (X2)

Fasilitas merupakan sarana yang menyediakan perlengkapan fisik guna menunjang kebutuhan konsumen agar konsumen merasa lebih nyaman dan kebutuhan konsumen terpenuhi. fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk member kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktifitas-aktifitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

3. Harga (X3)

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga yang ditetapkan pada dasarnya disesuaikan dengan apa yang menjadi harapan perusahaan. Harga juga biasanya mencerminkan kualitas dari produk yang menyertainya.

4. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

F. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan pada penelitian ini :

1. Nama peneliti dan tahun : Saifullah, Ahmad (2020)

Judul Penelitian : Pengaruh Harga, Lokasi, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di De’Kopi Arwana.

Metode Penelitian : Penelitian ini dilatar belakangi oleh salah satu bisnis yang menghadapi persaingan yang ketat adalah bisnis kafe. Perkembangan cafe sekarang indonesia khususnya di Banjarmasin semakin berkembang dengan pesat. Banyak kafe-kafe dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk memikat pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel harga, lokasi, store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di De’Kopi Arwana. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung De’Kopi Arwana yang jumlah populasinya tidak terbatas. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sampling insidental dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian : Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel harga, lokasi, store atmosphere dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di De’Kopi Arwana. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai F hitung sebesar 27,954 dan F tabel sebesar 2,47 jadi $F_{hitung} 27,954 > F_{tabel} 2,47$ dan nilai signifikansi F sebesar $0,000 < (\alpha) 0,05$. Sedangkan secara parsial variabel

harga, lokasi, store atmosphere dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di De'Kopi Arwana. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai uji T, dimana variabel harga nilai T hitung $>$ T tabel ($2,092 > 1,98525$) dengan nilai signifikansi $0,039 < (\alpha) 0,05$, variabel lokasi nilai T hitung $>$ T tabel ($2,134 > 1,98525$) dengan nilai signifikansi $0,035 < (\alpha) 0,05$, variabel store atmosphere nilai T hitung $>$ T tabel ($3,384 > 1,98525$) dengan nilai signifikansi $0,001 < (\alpha) 0,05$ dan variabel kualitas pelayanan nilai T hitung $>$ T tabel ($2,482 > 1,98525$) dengan nilai signifikansi $0,015 < (\alpha) 0,05$.

2. Nama Peneliti dan Tahun : Anindya Rachma Andanawari, 2014

Judul Penelitian : Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Stove Syndicate Café Semarang)

Metode Penelitian : Data penelitian ini dikumpulkan dari 100 konsumen Stove Syndicate Café Semarang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas dan uji asumsi klasik. Setelah analisis regresi berganda dilakukan uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil Penelitian : Hasil analisis regresi menunjukkan variabel harga, lokasi dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah kualitas produk, diikuti oleh harga dan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah lokasi. Hasil analisis dengan menggunakan uji T menunjukkan bahwa harga,

lokasi dan kualitas produk secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Model persamaan ini memiliki nilai F sebesar 34.791 dengan tingkat signifikansi 0.000. Hasil analisis dengan menggunakan koefisien determinasi menunjukkan sekitar 50.6% dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, lokasi dan kualitas produk, sedangkan 49.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

3. Nama Peneliti dan Tahun : Uswatun Chasanah, 2019

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Waroeng Pisa Purwokerto, Banyumas.

Metode Penelitian : Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisioner. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dalam menentukan data yang akan diteliti teknik pengambilan sampling yang akan digunakan adalah dengan non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengumpulan sampel dilakukan dengan cara accidental sampling yaitu peneliti memilih responden dengan cara mendatangi responden lalu memilih calon responden yang secara kebetulan ditemui namun calon responden harus memiliki karakteristik

tertentu, yaitu responden yang pernah makan di Waroeng Pisa Purwokerto minimal satu kali.

Hasil Penelitian : Hasil pada Uji T dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis Uji F dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Waroeng Pisa Purwokerto.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas dalam penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan sebagai berikut :

Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Lokasi, Fasilitas, Harga dan Keputusan Pembelian, menguraikan secara detail tentang kajian teori dari penelitian yang akan dipakai melalui teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Metode Penelitian, berisikan tentang bagaimana penelitian ini akan dilaksanakan secara operasional yaitu terdiri dari jenis, sifat, dan lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, serta tahapan penelitian.