

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, kafe menjadi salah satu bentuk usaha yang memiliki prospek cukup menjanjikan. Kondisi tersebut mendorong semakin meningkatnya jumlah kafe, termasuk di Kota Banjarmasin. Cafe tidak lagi hanya berperan sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, melainkan juga dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai ruang untuk berinteraksi dan berkumpul. Fenomena ini tercermin dari perubahan pola perilaku masyarakat yang cenderung menyukai kegiatan tatap muka, berbincang, serta menghabiskan waktu luang untuk bersantai. Sebagai makhluk sosial, manusia memiliki kebutuhan untuk saling berinteraksi dan bergantung satu sama lain, sehingga keberadaan sarana yang mendukung aktivitas sosial menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat. Oleh sebab itu, kafe hadir sebagai alternatif tempat yang dapat memenuhi kebutuhan mereka untuk berkumpul. Firman Allah swt. dalam Q.S. Al-Māidah/5:2:

وَالْعُدْوَانَ ^طالْإِثْمَ عَلَى تَعَاوُنُوا وَلَا وَالتَّقْوَى ^طالْبِرِّ عَلَى وَتَعَاوُنُوا

“Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.”

Firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-Māidah/5:2 menyatakan bahwa manusia dianjurkan untuk saling tolong-menolong dalam kebaikan dan ketakwaan. Ayat ini sejalan dengan keberadaan coffee shop sebagai ruang sosial, di mana individu dapat

berinteraksi, berdiskusi, dan membangun hubungan sosial yang positif dalam suasana yang nyaman dan kondusif. Coffee shop tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati minuman, tetapi juga berperan sebagai sarana pendukung terciptanya kebersamaan dan nilai-nilai sosial di tengah masyarakat.

Pertumbuhan industri kopi dan *coffee shop* di Indonesia, khususnya di wilayah perkotaan seperti Banjarmasin, menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Kedai kopi kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk mengonsumsi kopi, tetapi juga berkembang menjadi ruang sosial dan gaya hidup yang diminati oleh berbagai kalangan konsumen. Dalam konteks persaingan usaha yang semakin kompetitif, penting untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen guna membantu kedai kopi dalam mempertahankan eksistensinya serta memperluas pangsa pasar yang dimiliki.

Coffee shop pada saat ini tidak lagi semata-mata berfungsi sebagai tempat untuk mengonsumsi kopi, melainkan telah berkembang menjadi ruang multifungsi yang menawarkan pengalaman serta suasana tertentu bagi pengunjung. Dalam konteks tersebut, fasilitas dan lokasi merupakan dua faktor utama yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketersediaan fasilitas yang memadai, seperti stop kontak, kenyamanan tempat duduk, pencahayaan yang optimal, serta desain interior yang menarik, menjadi nilai tambah yang diharapkan oleh pelanggan. Selain itu, lokasi yang strategis, mudah dijangkau, serta berada di kawasan ramai atau

dekat dengan perkantoran dan lingkungan kampus juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam menentukan pilihan *coffee shop*.

Coffee Shop One Parade Banjarmasin merupakan salah satu usaha di sektor minuman yang cukup dikenal oleh masyarakat setempat, terutama di kalangan generasi muda. Dengan mengusung konsep modern dan nyaman, *coffee shop* ini berupaya menarik minat konsumen melalui kualitas pelayanan, keberagaman menu, serta suasana tempat yang dihadirkan. Namun demikian, meningkatnya tingkat persaingan seiring dengan munculnya berbagai *coffee shop* baru di Kota Banjarmasin menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu memahami faktor-faktor utama yang secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai aspek, salah satunya adalah fasilitas yang disediakan oleh *coffee shop*. Fasilitas yang nyaman, lengkap, dan menarik dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan konsumen sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Selain itu, lokasi *coffee shop* juga menjadi faktor penting karena lokasi yang strategis dan mudah diakses akan memudahkan konsumen untuk mengunjungi dan bertransaksi.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen muncul setelah pelanggan memperoleh pelayanan atas jasa yang diberikan, di mana keputusan tersebut dipengaruhi oleh tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan konsumen (Wibowo & Soedjono, 2014). Konsumen harus mengambil keputusan ketika bertindak; Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Konsumen yang telah memutuskan untuk membeli suatu barang akan

merasakan kepuasan dan melakukan pembelian kembali. Berikut unsur-unsur pengukuran kepuasan konsumen (Kotler & Keller, 2012):

1. Kepuasan pelanggan secara menyeluruh mencerminkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Minat pembelian ulang menggambarkan kecenderungan pelanggan untuk kembali melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Kesiapan untuk merekomendasikan mencerminkan kemauan pelanggan dalam memberikan saran atau merekomendasikan suatu produk kepada teman, kerabat, atau pihak lain.

Menurut Kotler dan Keller (2009), keputusan pembelian merupakan suatu tahapan yang melibatkan aktivitas mengumpulkan informasi, mengevaluasi, membandingkan, serta menentukan pilihan terhadap produk tertentu. Dalam tahapan ini, persepsi konsumen terhadap produk menjadi faktor penting sebelum keputusan pembelian dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan, *Coffee Shop One Parade* telah menyediakan beragam fasilitas yang menunjang kenyamanan pengunjung, seperti area *indoor* dan *outdoor*, serta desain interior yang menarik. Lokasinya yang berada di area strategis kota Banjarmasin juga menjadi keunggulan tersendiri. Namun, masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana fasilitas dan lokasi tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian,

melalui penelitian ini penulis ingin menganalisis dan mengukur “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah fasilitas dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin?
2. Apakah fasilitas dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Secara ringkas dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian, khususnya pada industri *coffee shop*.
2. Bagi pihak manajemen One Parade Coffee Banjarmasin, penelitian ini dapat memberikan masukan terkait pentingnya peran fasilitas dan lokasi dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Informasi dari hasil penelitian dapat dijadikan dasar dalam perumusan strategi pemasaran, peningkatan kualitas fasilitas, serta pemanfaatan lokasi yang strategis untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.
3. Kontribusi pengetahuan dan kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya.

E. Definisi Operasional

1. Fasilitas.

Menurut Kotler dan Keller sebagaimana dikutip dalam Maydiana (2019), fasilitas merupakan berbagai sarana fisik yang disediakan oleh penyedia jasa guna mendukung kenyamanan konsumen. Dalam konteks jasa, keberadaan

fasilitas perlu diperhatikan dari aspek kebersihan dan kelayakan, karena berkaitan langsung dengan pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan (Maydiana, 2019). Pada penelitian ini, fasilitas yang dimaksud meliputi kenyamanan tempat duduk, ketersediaan fasilitas penunjang seperti Wi-Fi dan stop kontak, desain meja dan kursi yang menarik, area parkir yang memadai, serta kondisi toilet yang bersih.

2. Lokasi.

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan melaksanakan kegiatan usahanya sehingga produk dapat diakses dengan mudah oleh konsumen target. Indikator lokasi dalam penelitian ini ialah mudah diakses, strategis, kedekatan dengan tempat kerja/tempat tinggal, lingkungan yang aman dan nyaman, dan kedekatan dengan tempat ibadah.

3. Keputusan Pembelian.

Berdasarkan pendapat Kotler (2005), keputusan pembelian dapat diartikan sebagai kondisi ketika konsumen telah menetapkan pilihannya dan bersedia melakukan transaksi, baik dengan pembayaran tunai maupun janji pembayaran, untuk memperoleh hak menggunakan atau memiliki suatu barang atau jasa. Kotler (2005) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu proses pemecahan masalah yang diawali dengan pengenalan dan analisis kebutuhan serta keinginan konsumen, hingga berlanjut pada perilaku yang muncul setelah pembelian dilakukan.

F. Sistematika Penulisan

Tujuan dari sistematika penulisan ini adalah untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penulisan skripsi ini mengikuti penulisan yang telah ditetapkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang akan disajikan secara terperinci dalam perbab, yaitu:

Bab I pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II landasan Teori. Bab ini berisi tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka berpikir yang berhubungan dengan penelitian, dan hipotesis penelitian

Bab III metode Penelitian. Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, variabel dan indikator, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin.

Bab V berupa penutup. Bab ini berisi tentang simpulan penelitian dan saran.