

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di Indonesia, Coffee shop biasa disebut warung kopi. Warung kopi mulai hadir secara merata saat ini, mulai dari pelosok desa, hingga di pusat perkotaan. Pelaku usaha harus menghasilkan kinerja yang baik untuk meningkatkan profitabilitas usaha agar keberlangsungan bisnisnya terjaga. Keberlangsungan bisnis dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor eksternal yang dianggap cukup berpengaruh pada keuntungan sebuah bisnis adalah dengan keberadaan pesaing. Maraknya persaingan antar warung kopi tentunya menuntut pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan-keunggulan pada warung kopi yang dimiliki.

Maraknya warung kopi membuat kompetisi di antara pemilik warung kopi semakin tinggi, ini membuat para pemilik warung kopi berlomba-lomba mendesain semenarik mungkin meskipun ada beberapa warung kopi yang tetap tampil apa adanya namun memiliki pelanggan setia karena memiliki kelebihan-kelebihan tertentu. Dari sudut pandang arsitektur, banyak desain inovatif yang diperkenalkan melalui pembangunan warung kopi baru, yang umumnya menjadi salah satu daya tarik pertama namun yang selanjutnya menentukan kesinambungan hidup warung kopi tersebut adalah penerimaan sosial dari masyarakat disekitarnya, dan karena masyarakat adalah sekumpulan pribadi-pribadi yang selalu berubah secara dinamis.

Perkembangan warkop menjadi berkembang sangat pesat di karenakan berkembang nya pola kehidupa manusia, Dimana budaya nongkrong sudah menjadi suatu kebiasaan, untuk itu pelaku usaha warung kopi harus senantiasa memperbaiki usaha yang di miliknya agar memiliki kelebihan dibandingkan dengan warkop lainnya, salah satu nya adalah penyediaan layanan wifi gratis. Warung kopi tidak hanya menyediakan minuman kopi dengan cita rasa yang nikmat, namun juga berbagai fasilitas seperti free Wi-Fi, TV satelit, layar lebar untuk menonton pertandingan sepak bola dunia, ruang pertemuan, live music dan lain sebagainya. Masyarakat menjadikan warung kopi sebagai tempat yang nyaman untuk melakukan berbagai aktivitas selain ngopi seperti mengerjakan tugas kelompok, rapat organisasi, reuni dan lain-lain. Fenomena ini makin mempertegas makna ngopi dalam tradisi masyarakat bahwa ngopi atau aktivitas minum kopi merupakan media interaksi antar masyarakat dari berbagai kalangan. Kebiasaan sebagian masyarakat tersebut dalam mengisi waktu luang dengan minum kopi di warung kopi menjadikan kegiatan tersebut sekarang sebagai salah satu gaya hidup.

Rantau prapat pun tidak terlepas dari trend kehidupan ngopi dan nongkrong di warung kopi, hal ini membuat banyak nya warkop yang dapat di temui di Rantau prapat, salah satunya adalah on mada. On mada merupakan warkop yang memiliki banyak konsumen, akan tetapi seiring berkembang nya usaha warkop dan banyak pelaku usaha yang juga memutuskan membuka usaha sejenis, tentu saja membuat Tingkat persaingan usaha ini pun menjadi tinggi, sehingga warkop on mada harus memiliki cara khusus di dalam Upaya

mempertahankan usahanya bila dibandingkan dengan usaha lainnya yang mencoba menarik konsumen, Keputusan pembelian pun menjadi suatu hal penting yang harus diperhatikan.

Keputusan pembelian konsumen merupakan faktor penting di dalam peningkatan suatu usaha, Keputusan pembelian konsumen yang baik akan membuat Tingkat pembelian menjadi meningkat juga, hal ini tentu saja memberikan keuntungan bagi pelaku usaha. Akan tetapi peneliti menilai bahwa Tingkat Keputusan pembelian pada warshop online mada belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang datang tetapi tidak melakukan pembelian, hal lain yang terlihat adalah masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa masih terdapat warshop lain yang lebih baik sebagai tempat nongkrong.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung yang dapat dijadikan sebagai suatu upaya didalam meningkatkan Keputusan pembelian konsumen, Keputusan pembelian konsumen akan meningkat sebanding dengan berbagai faktor terkait yang mempengaruhinya. Peneliti menilai bahwa faktor pendorong yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen adalah bagaimana gaya hidup, fitur produk dan bagaimana kepuasan konsumen.

Gaya hidup merupakan faktor utama yang mempengaruhi Keputusan pembelian seorang konsumen, konsumen cenderung membuat suatu Keputusan suatu produk berdasarkan gaya hidup yang mereka miliki, untuk itu pelaku usaha harus memperhatikan bagaimana bentuk usahanya dan menyesuaikan dengan

gaya hidup konsumen. Peneliti menilai bahwa pada warkop on mada, konsumen berasal dari berbagai kalangan mulai dari remaja hingga dewasa, akan tetapi peneliti menilai bahwa masih terdapat konsumen yang tidak sesuai dengan gaya hidupnya dengan on mada, hal ini terlihat dari konsumen warkop on mada di dominasi oleh laki-laki.

Fitur produk merupakan berbagai cara pelaku usaha di dalam memperbaiki berbagai produk yang dimilikinya sehingga menjadi lebih menarik konsumen, di mana fitur produk dapat digunakan sebagai suatu cara di dalam menarik Keputusan pembelian konsumen. Peneliti menilai bahwa pada warkop on mada fitur produk yang digunakan masih belum sepenuhnya di manfaatkan dengan baik, hal ini terlihat dari kurangnya pemanfaatan media social untuk pemanfaatan fitur produk dan produk yang di tawarkan pada on mada di nilai konsumen kurang bervariasi.

Kepuasan konsumen juga merupakan faktor penting di dalam Upaya meningkatkan Keputusan pembelian konsumen, konsumen dengan Tingkat kepuasan yang baik akan memiliki Keputusan pembelian yang baik pula, sebaliknya Keputusan pembelian konsumen menurun apa bila kepuasan konsumen juga mengalami penurunan. Peneliti menilai bahwa Tingkat kepuasan konsumen pada warkop on mada masih belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang memberikan keluhan mengenai cita rasa produk yang ditawarkan.

Dari penjabaran fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Gaya Hidup, Fitur Produk Dan Kepuasan

Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Warkop On Mada Rantau Prapat”.

## **B. Batasan dan Perumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu pembahasan mengenai Analisis Gaya Hidup, Fitur Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Warkop On Mada Rantau Prapat

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap Keputusan pembelian pada warkop on mada Rantau prapat?
2. Bagaimana pengaruh fitur produk terhadap Keputusan pembelian pada warkop on mada Rantau prapat?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap Keputusan pembelian pada warkop on mada Rantau prapat?
4. Bagaimana pengaruh gaya hidup, fitur produk dan kepuasan konsumen terhadap Keputusan pembelian pada warkop on mada Rantau prapat?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap Keputusan pembelian pada warkop on mada Rantau prapat.

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh fitur produk terhadap Keputusan pembelian pada warkop on mada Rantau prapat.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap Keputusan pembelian pada warkop on mada Rantau prapat.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup, fitur produk dan kepuasan konsumen terhadap Keputusan pembelian pada warkop on mada Rantau prapat.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti didalam mengetahui ilmu pemasaran yang berkaitan dengan variabel penelitian.

2. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi memberikan sumbangan konseptual dalam rangka mengembangkan penelitian khususnya manajemen pemasaran.

3. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan acuan didalam melakukan penelitian selanjutnya, baik dari segi penulisan maupun isi penelitian guna meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang.