

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di jaman sekarang ini, kondisi bisnis bisa dikatakan sangat kompetitif antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya dimana tingkat persaingan pun akhirnya menjadi sangat tinggi. Oleh karena itu, kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi suatu hal yang sangat penting dan sangat diperlukan oleh suatu perusahaan. Pada suatu bisnis atau usaha, kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi sangat penting karena dapat membantu meningkatkan keuntungan sehingga sebaiknya perusahaan selalu menjaga hubungan yang baik dengan pelanggannya.

Kopi (*coffea sp*) merupakan suatu jenis tanaman tropis. Kopi juga merupakan minuman yang tidak mengandung alkohol dan memiliki kafein. Banyak manfaat yang didapatkan dari mengkonsumsi kopi, diantaranya kafein yang terkandung didalamnya dapat meningkatkan laju metabolisme tubuh. Bagi sebagian orang dengan rutinitas yang mengharuskan mereka untuk beraktivitas dimalam hari, kopi bisa menjadi alternatif minuman yang baik karena kandungan kafein yang dimilikinya dapat mengatasi rasa kantuk.

Di Kabupaten Labuhan Batu Selatan teras kopi merupakan salah satu café yang sering dikunjungi oleh kaum milenial kota pinang, teras kopi berdiri dan diresmikan pada bulan maret tahun 2022 oleh bapak H. Edimin yang merupakan bupati Labusel. Teras kopi merupakan cafe dengan konsep modern yang dapat membuat kenyamanan tersendiri bagi konsumen yang datang. Banyaknya cafe

yang ada di kota pinang membuat persaingan di bidang bisnis tersebut semakin ketat, karena disebabkan oleh banyaknya ragam varian menu dengan variasi bentuk, rasa, tekstur dan suasana yang sesuai dengan produk yang ditawarkan. Dengan semakin berkembangnya bisnis di bidang usaha kuliner di kota pinang pinang teras kopi harus berjuang keras dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Hal tersebut sangat penting karena adanya persaingan yang sangat ketat dari para pelaku bisnis lainnya, yang masing-masing pelaku bisnis berusaha menampilkan ciri-ciri, suasana cafe, lokasi, karakter dan identitas cafe, kualitas dan keunggulan mulai dari kelezatan makanan dan minuman itu sendiri, varian rasa dan menu makanan atau minuman yang berbeda dari cafe lainnya. Hal ini tidak menutup kemungkinan dalam industri food and baverage ini terjadi persaingan bisnis yang sangat ketat bagi para pemasar maupun para produsen produk tersebut.

Didalam meningkat suatu usaha, keputusan pembelian menjadi suatu hal penting yang harus diperhatikan, keputusan pembelian konsumen menunjukkan seberapa tinggi tingkat penjualan pada suatu usaha. Semakin tinggi keputusan pembeli konsumen maka akan semakin baik pula kemajuan suatu usaha, keputusan pembelian konsumen yang baik dapat dipengaruhi oleh para pelaku usaha, usaha dengan tingkat keputusan yang tinggi menggambar sejauh mana suatu usaha dapat berkembang.

Fenomena yang peneliti lihat pada pembelian kopi diteras kopi adalah keputusan pembelian konsumen masih belum sepenuhnya maksimal, peneliti melihat bahwa tingkat keputusan pembelian kopi masih belum sepenuhnya

maksimal, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang datang namun tidak memutuskan untuk melakukan pembelian karena produk kopi yang dicari tidak tersedia pada teras kopi, hal ini tentu saja menjadi suatu fenomena terhadap keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian konsumen dapat didorong dan dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu seperti produk, harga, suasana toko dan juga lokasi. Faktor pendorong digunakan untuk membantu mempengaruhi pemikiran konsumen sehingga secara otomatis keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat dan akan mempengaruhi tingkat pendapatan pada teras kopi.

Produk merupakan suatu nilai jual yang ditawarkan kepada konsumen, produk merupakan penilaian utama konsumen didalam memutuskan suatu keputusan pembelian, konsumen yang mendapatkan produk yang sesuai keinginannya akan melakukan keputusan pembelian namun jika produk yang diinginkan konsumen tidak sesuai konsumen cenderung tidak jadi melakukan pembelian, peneliti menilai bahwa tingkat kelengkapan produk pada teras kopi masih belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan konsumen, konsumen yang datang tidak seluruhnya cocok dengan produk kopi yang disediakan sehingga tidak jadi memutuskan keputusan pembelian.

Harga merupakan suatu hal yang sering menjadi perbandingan konsumen sebelum memutuskan keputusan pembelian, harga yang sesuai dengan keinginan konsumen cenderung membuat konsumen memutuskan suatu pembelian, konsumen menilai suatu produk berdasarkan kemampuan daya beli mereka. Peneliti menilai bahwa masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian

bahwa harga yang diberikan tidak sesuai dan mambandingkan dengan ditempat lain sehingga tidak jadi melakukan keputusan pembelian.

Suasana juga merupakan suatu hal yang menjadi penilaian tersendiri bagi konsumen, suasana yang menyenangkan akan menimbulkan perasaan nyaman bagi konsumen dan akan membuat konsumen memutuskan suatu pembelian. Konsumen yang merasa nyaman dengan suasana yang diberikan cenderung akan datang kembali untuk melakukan pembelian, peneliti melihat bahwa tidak seluruh konsumen memberikan penilaian nyaman dengan suasana yang dirasakan di teras kopi.

Lokasi juga merupakan faktor penting yang menjadi perhatian konsumen didalam menentukan keputusan pembelian, konsumen cenderung mencari suatu tempat yang mudah untuk dijangkau dan letaknya strategis, peneliti menilai bahwa sebagian konsumen yang datang mengatakan bahwa lokasi teras kopi sangat sesuai karena berada di pinggir jalan akan tetapi sebagian konsumen mengatakan bahwa lokasi terlalu sempit dan terlalu dekat dengan jalan dan area parkir yang kurang kondusif.

Berdasarkan penjelasan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, SUASANA TOKO ,DAN LOKASI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI DITERAS KOPI KOTA PINANG LABUHAN BATU SELATAN”**

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari bahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu, (Analisis pengaruh produk (X_1), harga (X_2), suasana toko (X_3), dan lokasi (X_4), terhadap keputusan pembelian kopi(Y), teras kopi kota pinang labuhan batu selatan).

2. Rumusan Masalah

1. Apakah produk berpengaruh, terhadap keputusan pembelian kopi diteras kopi kota pinang labuhan batu selatan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi diteras kopi kota pinang labuhan batu selatan?
3. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi diteras kopi kota pinang labuhan batu selatan?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi diteras kopi kota pinang labuhan batu selatan?
5. Apakah produk, harga, suasana toko, dan lokasi, berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi diteras kopi kota pinang labuhan batu selatan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh produk (X_1) terhadap keputusan pembelian kopi diteras kopi kota pinang labuhann batu salatan (Y)
2. Untuk mengetahui harga (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi diteras kopi kota pinang labuhan batu selatan (Y)

3. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko (X_3) terhadap keputusan pembelian kopi diteras kopi kota pinang labuhan batu selatan (Y)
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi (X_4) terhadap keputusan pembelian kopi diteras kopi kota pinang labuhan batu selatan (Y)
5. Apakah produk (X_1), harga (X_2), suasana toko (X_3) dan lokasi (X_4), berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi diteras kopi kota pinang labuhan batu selatan (Y)

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Bagi Peneliti penelitian ini bertujuan dapat menambah wawasan dan memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori dari dalam bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan variable independent dan dependent dalam penelitian ini.

3. Bagi Teras Kopi Kota pinang Labuhan Batu Selatan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, informasi dan pengetahuan kepada perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

produk , harga , suasana toko, dan lokasi, terhadap keputusan pembelian produk mereka