

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Setiap pengusaha bahwasanya mereka mengharapkan keberhasilan jika menjalankan usahanya seraya elok serta teratur. Maka dari itu, seseorang pengusaha tidak dapat melakukan kegiatan komersial yang tersedia tanpa adanya pelanggan atau aktivitas perdagangan. Pengusaha harus bisa mempromosikan dengan seksama tentang materi atau tenaga yang dihasilkan agar pengusaha bisa berkembang dan terus bersaing dengan pesaing lainnya dengan kondisi saat ini yang ada membuka tempat santai yang biasa dikenal dengan kafe atau kedai kopi, sudah banyak kita temui saat keluar kota besar atau di pinggiran kota.

Dalam persaingan bisnis kedai kopi yang semakin ketat di era zaman sekarang ini, setiap pengusaha atau usahawan di bidang usaha minuman dan makanan harus mampu menjaga keberlangsungan usaha yang diinginkannya agar tetap bisa bersaing dengan tempat yang serupa. Untuk bertahan hidup di bidang makanan dan minuman dan untuk menjadi sukses di bidang yang di tekuninya, seorang wirausahawan harus dapat berinovasi serta mempertimbangkan dari apa yang membuat konsumen tertarik untuk bisa mengunjungi kafe. Banyak aspek antara lain bisa memimpin suatu pelanggan atau pembeli untuk menaruh kegiatan berupa sebuah keputusan dalam pembelian ketika memilih suatu tempat nongkrong yang modern, seperti kualitas pelayanan, harga dan *atmosfer café* nya ketika semua aspek itu telah meliputi dan terpenuhi maka akan terjadi sebuah proses keputusan pembelian

oleh konsumen.

Nabs Cafe adalah salah satu perusahaan yang berurusan dengan makanan dan minuman dan mencoba menawarkan sesuatu yang diharapkan oleh konsumen dan menangkap lebih banyak konsumen dalam hal makanan dan minuman. Nabs *Café* merupakan suatu tempat nongkrong yang menawarkan berbagai varian menu mulai dari aneka minuman kopi, *milkshake* serta berbagai macam pilihan makanan berat dan *snack*. Sebuah *café* identiknya di desain dengan Sangat menarik dan terlihat *instagramable*, yang membuat para tamu merasa betah di sana untuk waktu yang lama. Untuk menyumbangkan daya tarik anak muda, tidak jarang kafe selalu menemani hiburan seperti musik *live* pada Sabtu malam atau hari -hari tertentu, terutama untuk percakapan informal dengan musik, yang sangat menyenangkan dan nyaman untuk didengar kan telinga.

Kualitas pelayanan berhubungan sangat intim dengan kepuasan pelanggan jika kualitas pelayanan menawarkan konsumen lebih mudah atau dorongan untuk membangun sebuah hubungan yang dapat membuat pelanggan merasa sama - sama merasa bermanfaat dalam jangka panjang melalui korporasi sehingga perusahaan dapat dengan cermat, lugas memahami kebutuhan setiap konsumen (Sambara, 2021) (Wahyuningtias, Ichsanudin and ..., 2021). Kualitas pelayanan adalah hal utama yang harus dapat diperhitungkan oleh setiap wirausahawan sebagai kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan juga memiliki akan sangat berdampak berkenaan terhadap kepuasan konsumen jika manajer dapat dengan benar menerapkan kualitas pelayanan. (Ulum, 2020) Kualitas pelayanan kafe juga merupakan salah satu faktor penunjang atau

pendukungnya untuk mengoperasikan perusahaan kafe di mana setiap pelayanan yang Anda lestarikan merasakan perbedaan untuk masing -masing kafe yang mereka kunjungi. Kepuasan konsumen adalah sebagai perasaan bahagia dan senang atau rasa kekecewaan bahwa seseorang telah muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan (kinerja atau hasil) dari suatu produk dan harapannya dapat terpenuhi. Pada dasarnya, konsumen mencoba membandingkan kualitas pelayanan yang disiapkan atau pelayanan yang dilengkapi dengan pelayanan yang diharapkan. Jika layanan yang di harapkan tidak sesuai maka akan menjadikan rasa kecewa dibuat atau dilestarikan sebagai bagian dari layanan yang diharapkan, konsumen akan kecewa. Jika menggunakan pelayanan di tempat layanan disiapkan adalah sama atau lebih dari pelayanan yang diharapkan, konsumen akan merasa senang dan ada pilihan bagus bahwa mereka akan menggunakan layanan yang sama di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha untuk menambah manfaat dari pelayanan yang diberikannya agar dapat menjamin kepuasan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan.

Harga adalah salah satu karakter utama yang istimewa untuk membuat pelanggan alias konsumen melakukan kegiatan yang biasa di sebut keputusan pembelian yang dapat dibuat untuk mendapatkan benda atau barang yang mereka inginkan melalui pertukaran uang, barang, atau jasa. Berdasarkan Abubakar (2018) “ Mengklaim maka harga adalah suatu biaya produk dalam bentuk uang yang harus di korbankan oleh pelanggan atau konsumen untuk mendapatkan apa yang Anda butuhkan dalam hal produk atau layanan. ” Sebagian besar perilaku klien, ketika memilih suatu produk, juga lebih suka

dengan harga yang merupakan relatif lebih termurah, misalnya, ketika diadakannya dan memiliki diskon agar ramah atau terjangkau, bahkan ketika kualitas dan keuntungan tidak terlalu memuaskan, kadang - kadang kita bisa mengatakan jauh dari harapan yang di inginkan oleh pelanggan, Tetapi ini tidak menjadikan masalah dengan kebiasaan bagi konsumen yang biasanya memiliki perilaku ketika memilih produk dengan harga mahal, karena mereka sangatlah memprioritas bahan atau mutu suatu produk yang di belinya serta dapat merasakan kepuasan akan kualitas juga manfaat dari barang tersebut dan mempertahankan subjek yang mereka beli. Dengan demikian harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan Utami dalam Ayu Rohmawaty (2019) *Atmosphere Café* (suasana) merupakan “ Suatu persinggahan lingkungan yang bisa digunakan melalui komunikasi *visual*, tata letak, *interior*, *eksterior*, gambar, suhu, warna, musik dan aroma secara umum, guna menstimulasikan nafsu akan pelanggan emosional serta persepsi konsumen untuk berkenan singgah sehingga dapat melakukan kegiatan pembelian. ” Ketika konsumen berada di area Nabs *café* mereka akan memberikan kesan dan reaksi yang positif terhadap lingkungan yang diciptakan di tempat itu, seperti grafik alami yang baik, tata letak pameran, desain bangunan yang unik, pemilihan warna yang elegan pencahayaan yang bagus dan musik yang sangat nyaman. Sementara hal ini tidak hanya menambah nilai (nilai tambah) ke barang yang dijual, tetapi juga menciptakan kesan yang mendalam atau suasana yang menyenangkan dan positif bagi semua konsumen. Oleh karena itu, tempat suasana untuk bisnis kafe pun harus benar - benar dipertimbangkan bagaimanapun, konsumen dapat

membuat suatu kegiatan yang di sebut keputusan pembelian.

Berdasarkan Schiffman dalam Studi et al., dalam (Masriya, 2022) Solusi membeli adalah di hadapkan dengan pilihan dua atau banyak opsi substitusi. Efek pengambilan keputusan mencakup keputusan tentang jenis dan keuntungan produk yang di harapkan, pengambilan keputusan mengenai produk, keputusan yang bertautan dengan merek, keputusan yang bertautan dengan jumlah produk, keputusan tentang penjual dan keputusan tentang rentang waktu pembelian dan metode pembayaran yang di gunakan. Berdasarkan Kotler dan Armstrong dalam (Kurniawan dan Soekotjo, 2019) Keputusan tentang pembelian konsumen tidak dapat dipisahkan dari bagaimana konsumen menjalani beberapa tahap, yaitu, pengetahuan tentang transaksi yang melibatkan pemulihan konsumen dapat memiliki masalah, dan solusi pembelian adalah tahap pengambilan keputusan, di mana konsumen benar - benar melakukan pembelian produk dengan beberapa Pemilihan alternatif, sehingga konsumen dapat memilih atau mengurutkan untuk membuat suatu keputusan pembelian.

Mengingat konteks yang telah di sebutkan di atas, penulis tertarik melakukan studi ilmiah untuk tesis dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan *Atmosfer Cafe* Terhadap Keputusan Pembelian”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Fokus pada penelitian terancang dalam beberapa kajian yang diangkat dengan formulasi pertanyaa berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Nabs *Café* ?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Nabs *Café* ?
3. Apakah *atmosfer café* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Nabs *Café* ?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan *atmosfer cafe* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Nabs *Café* ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Merujuk pada formulasi pertanyaan pada sub-bab sebelumnya penelitian ditujuakan untuk:

1. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Nabs *Café*
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Nabs *Café*
3. Untuk mengetahui atmosfer cafe terhadap keputusan pembelian pada Nabs *Café*
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan atmosfer cafe secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Nabs *Café*.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Beberapa hal yang dapat di jadikan sebuah nilai positif yang diharapkan oleh peneliti bagi segala yang tersangkut dalam penelitian sehingga bisa di rumuskan sebagaimana berikut :

#### **1. Teoritis**

Menjadi sebuah rujukan data penelitian tentang jurusan manajemen khususnya manajemen pemasaran

## 2. Praktis

Bahan evaluasi untuk Nabs *Cafe* dalam Keputusan pembelian di Nabs *Cafe* sehingga diharapkan tujuan dan visi misi Nabs *Cafe* yang diinginkan dapat tercapai.