

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner, khususnya sektor kafe, menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat modern yang menjadikan kafe tidak hanya sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai sarana interaksi sosial dan produktivitas. Kondisi ini memicu persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha, sehingga menuntut setiap bisnis untuk mampu memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, khususnya dalam pengambilan keputusan pembelian. Dalam perspektif teori perilaku konsumen, keputusan pembelian merupakan hasil dari proses evaluasi berbagai alternatif yang dipengaruhi oleh persepsi nilai yang diterima konsumen (Fabiany & Melina, 2022).

Dunia bisnis yang digeluti begitu banyak dan beragam, mulai dari makanan, minuman, cafe, resto, dan lain sebagainya. Untuk itu didalam dunia bisnis pesaing bukanlah lagi musuh besar bagi seorang pengusaha bisnis, tapi pesaing bisa dijadikan sebagai mitra untuk saling bekerjasama dalam penjualan produk masing-masing. Sebelum seorang pengusaha merintis bisnis yang diinginkan, pengusaha harus melakukan sebuah perencanaan bisnis terlebih dahulu, yang bertujuan untuk memudahkan pengusaha dalam mengawali bisnisnya. (Utami et al, 2023)

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi persepsi dan kepuasan konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif

dapat meningkatkan pengalaman pelanggan sehingga mendorong keputusan pembelian. Di sisi lain, harga juga memiliki peran penting karena mencerminkan nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk atau jasa. Konsumen cenderung membandingkan harga dengan manfaat yang diterima, sehingga ketidaksesuaian antara harga dan kualitas pelayanan dapat menurunkan minat pembelian. Dalam praktiknya, banyak usaha kafe menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara kualitas pelayanan dan penetapan harga yang kompetitif agar tetap menarik bagi konsumen (Pujiwati et al., 2023).

Namun demikian, dalam kondisi persaingan yang semakin kompleks, keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional seperti kualitas pelayanan dan harga, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti kepercayaan konsumen. Kepercayaan merupakan keyakinan konsumen terhadap kemampuan suatu usaha dalam memenuhi harapan mereka secara konsisten. Rendahnya kepercayaan dapat menyebabkan konsumen ragu untuk melakukan pembelian, meskipun kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan sudah kompetitif. Hal ini sering terjadi pada usaha kafe baru atau yang belum memiliki reputasi kuat di mata konsumen. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kepercayaan konsumen terbentuk dan berperan dalam memediasi hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian (Welsa, 2024).

Kepercayaan konsumen berperan sebagai variabel mediasi karena keputusan pembelian di kafe tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga secara langsung, tetapi juga oleh keyakinan konsumen terhadap kredibilitas kafe tersebut. Kepercayaan konsumen dapat terbentuk ketika barista dan karyawan memberikan pelayanan yang ramah, cepat, responsif terhadap keluhan, serta

mampu menjaga konsistensi kualitas produk yang disajikan. Selain itu, harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas makanan, minuman, suasana, dan fasilitas yang diterima pelanggan akan menimbulkan persepsi bahwa kafe memiliki kejujuran dan komitmen dalam memberikan nilai yang sepadan. Konsumen yang percaya bahwa kafe mampu memberikan pengalaman yang memuaskan, menjaga kualitas produknya, serta menawarkan harga yang wajar akan merasa lebih yakin dan nyaman untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, semakin baik kualitas pelayanan dan semakin sesuai harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi kepercayaan konsumen yang pada akhirnya mendorong terbentuknya keputusan pembelian.

Hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian tidak selalu bersifat langsung. Dalam teori kepercayaan konsumen (consumer trust), kepercayaan merupakan faktor psikologis yang berperan sebagai mediator dalam hubungan antara stimulus pemasaran dan respons konsumen. Kepercayaan terbentuk dari pengalaman positif, konsistensi pelayanan, serta persepsi kejujuran perusahaan. Konsumen yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung lebih yakin dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan dapat memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dan harga dengan keputusan pembelian (Ardiyani & Noor Andriana, 2024).

Penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan mengintegrasikan kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen, keputusan pembelian sebagai variabel dependen, serta kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi dalam satu model penelitian. Selain itu, penelitian ini mengambil objek pada Canea

Kafe sebagai representasi usaha kafe lokal yang sedang berkembang, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris yang lebih kontekstual terhadap industri kuliner. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana kepercayaan konsumen terbentuk dan berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian (Fabiany & Melina, 2022).

Dalam penelitian ini saya meneliti Canea Kafe yang berlokasi di Gondang Kabupaten Mojokerto, sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan akademik dan empiris yang relevan dengan variabel penelitian. Canea Kafe merupakan usaha kafe lokal sebagai tempat kuliner yang menawarkan suasana asyik dan nyaman, seringkali dipilih sebagai tempat untuk bersantai, nongkrong ataupun kerja. Kafe ini menyajikan berbagai pilihan menu berbasis kopi serta makanan pendamping dengan konsep suasana yang nyaman, sehingga menjadikannya sebagai salah satu pilihan konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumsi sekaligus aktivitas sosial. Kondisi ini membuat Canea Kafe menjadi objek yang tepat untuk mengkaji perilaku konsumen, khususnya terkait keputusan pembelian. Canea Kafe menghadapi tingkat persaingan yang cukup tinggi dengan munculnya berbagai usaha kafe dan coffee shop lain, baik yang berskala lokal maupun merek nasional, yang turut memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen. Sebagai salah satu kafe yang berkembang di Kabupaten Mojokerto, Canea Kafe tidak hanya bersaing melalui variasi menu dan harga, tetapi juga melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam industri kafe, kualitas pelayanan menjadi faktor penting karena konsumen tidak hanya membeli produk berupa makanan dan minuman, tetapi juga membeli pengalaman (*customer experience*). Pelayanan yang ramah, kecepatan penyajian pesanan,

kemampuan karyawan dalam memberikan informasi produk, serta kenyamanan fasilitas menjadi aspek yang sangat diperhatikan konsumen. Berdasarkan observasi awal peneliti, Canea Kafe telah berupaya memberikan pelayanan yang baik melalui penyediaan fasilitas yang nyaman, suasana yang mendukung aktivitas bersantai maupun bekerja, serta interaksi yang komunikatif antara karyawan dan pelanggan. Namun demikian, meningkatnya jumlah kompetitor di sektor coffee shop menuntut Canea Kafe untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu mempertahankan kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen secara berkelanjutan. Dalam konteks bisnis jasa, kualitas pelayanan yang konsisten akan membentuk persepsi positif dan meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi dan informasi yang diperoleh dari pengelola, diperkirakan jumlah pengunjung Canea Kafe menunjukkan perbedaan antara hari kerja dan akhir pekan. Pada hari kerja (weekday), jumlah pengunjung berkisar antara 150–220 konsumen per hari dengan rata-rata sekitar 200 konsumen. Sementara itu, pada akhir pekan (weekend), jumlah pengunjung meningkat menjadi sekitar 250-300 konsumen per hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa Canea Kafe memiliki tingkat kunjungan yang relatif tinggi dan menjadi salah satu pilihan konsumen untuk bersantai, bekerja, maupun berkumpul bersama teman dan keluarga. Dengan jumlah kunjungan tersebut mengindikasikan pentingnya kualitas pelayanan dan penetapan harga yang sesuai guna menjaga kepercayaan konsumen dan mendorong keputusan pembelian secara berkelanjutan.

Kondisi Canea saat ini berkaitan dengan kualitas pelayanan karena konsumen yang datang tidak hanya menilai produk yang dibeli, tapi juga menilai

pengalaman pelayanan selama berada di kafe. Kualitas pelayanan di Canea Kafe dapat dilihat dari kondisi fasilitas yang digunakan konsumen, seperti Wi-Fi, stop kontak, meja dan kursi, serta kebersihan dan kerapian area kafe. Selain aspek fisik, pelayanan juga berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai pesanan, kecepatan merespons permintaan konsumen serta keramahan kepada pelanggan.

Kondisi Canea saat ini juga berkaitan dengan harga karena itu bagian penting dalam kondisi Canea. Konsumen yang membeli makanan dan minuman juga mempertimbangkan jumlah biaya yang harus dikeluarkan dengan kemampuan membeli serta manfaat yang diperoleh, persepsi harga tidak hanya berkaitan dengan murah atau mahal nya produk, tetapi juga apakah harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas makanan dan minuman, serta pengalaman yang diperoleh selama berada di kafe. Konsumen juga membandingkan harga Canea Kafe dengan harga yang ditawarkan oleh kafe lain di sekitar Mojokerto.

Kepercayaan dapat terbentuk ketika konsumen memperoleh makanan dan minuman dengan kualitas yang konsisten, memperoleh informasi harga yang sesuai dengan pembayaran. Kepercayaan juga dapat terbentuk dari kemampuan Canea Kafe dalam memberikan solusi ketika konsumen mengalami masalah atau menyampaikan keluhan. Pengalaman konsumen terhadap kualitas pelayanan dan kesesuaian harga dapat menjadi dasar bagi terbentuknya keyakinan bahwa Canea Kafe merupakan tempat yang dapat dipercaya untuk melakukan transaksi dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Kondisi tersebut juga berkaitan dengan keputusan pembelian, Konsumen yang datang ke Canea Kafe memiliki berbagai pertimbangan dalam menentukan

keputusan pembelian, seperti kebutuhan terhadap makanan dan minuman, keinginan untuk bersantai atau berkumpul, serta pengalaman pembelian sebelumnya seperti konsistensi kualitas produk, serta pertimbangan terhadap Canea Kafe dibandingkan kafe lainnya

Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi pada Canea Kafe. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen, serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha kafe dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Canea Kafe Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada Canea Kafe?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada Canea Kafe?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Canea Kafe?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Canea Kafe?
5. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Canea Kafe?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepercayaan konsumen pada Canea Kafe?
7. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepercayaan konsumen pada Canea Kafe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen pada Canea Kafe
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepercayaan konsumen pada Canea Kafe
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Canea Kafe
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Canea Kafe
5. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Canea Kafe
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepercayaan konsumen pada Canea Kafe

7. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepercayaan konsumen pada Canea Kafe

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Penelitian ini memperkaya kajian empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dengan memasukkan kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan sebab-akibat antar variabel.

2. Secara praktis

- a. Bagi Bisnis atau Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi manajemen Canea Kafe dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Hasil penelitian ini juga dapat membantu pihak kafe memahami pentingnya membangun kepercayaan konsumen sebagai upaya meningkatkan keputusan pembelian, loyalitas pelanggan, serta daya saing usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat.

- b. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pemahaman secara mendalam mengenai materi yang diteliti dalam manajemen pemasaran.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan bagi mahasiswa dan peneliti dalam menyusun karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan variabel penelitian. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar pengembangan penelitian lanjutan dengan variabel atau objek yang berbeda.