

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Perkembangan zaman saat ini menyebabkan masyarakat cenderung lebih memilih aktivitas di luar rumah. Mereka sering menghabiskan waktu di luar, seperti mengunjungi tempat makan untuk berkumpul bersama teman, keluarga, atau klien, atau sekadar bersantai. Sebagai akibatnya, kafe pada dasarnya adalah tempat makan kecil yang menyajikan makanan ringan dan minuman, dan biasanya digunakan sebagai tempat untuk bersantai (Angela et al., 2019). Kafe bukan hanya tempat untuk menawarkan hidangan dan minuman, tetapi juga sering dipilih sebagai lokasi yang nyaman untuk pelanggan. Selain itu, kafe juga menjadi tempat yang populer untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan.

Dalam kota Jambi, Cafe telah tersebar luas, sehingga menciptakan persaingan yang ketat, terutama dari pesaing sejenis. Penting untuk memprioritaskan kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan merujuk pada pemenuhan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan melalui produk yang mereka konsumsi (Ayuningtyas et al., 2022). Berarti pengusaha harus dapat bersaing dan setiap pelaku bisnis harus memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan risiko guna memenangkan persaingan serta menarik konsumen dengan lebih efektif. Secara bertahap, pengusaha harus meningkatkan kemampuan mereka dalam menjaga dan mengembangkan usahanya.

Menurut (Kotler, 2005), keputusan pembelian konsumen adalah suatu proses di mana konsumen mengidentifikasi masalahnya dan mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas layanan, di mana pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Semakin baik kualitas layanan, semakin besar minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Sebaliknya, jika pelayanan kurang memuaskan, maka konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, pengusaha harus memahami pentingnya memberikan layanan pelanggan yang berkualitas.

Untuk meningkatkan penjualan, pengusaha mengadopsi berbagai metode, salah satunya adalah memberikan layanan yang lebih memuaskan daripada pesaingnya. Kesuksesan dalam pemasaran produk sangat tergantung pada kualitas layanan yang diberikan oleh pengusaha saat memasarkan produknya. Menurut Philip Kotler, yang dijelaskan oleh Rahmatullah (2016), ketika konsumen mempertimbangkan pembelian produk, mereka cenderung selalu memperhatikan kualitas dan popularitas produk tersebut di kalangan masyarakat. Kualitas layanan harus selalu memenuhi kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan memastikan kepuasan pelanggan serta menciptakan persepsi positif mengenai kualitas layanan.

Kualitas layanan, menurut (Chandra, 2018), merujuk pada tindakan atau upaya yang dilakukan oleh individu atau organisasi dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan atau karyawan. Kualitas layanan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing, karena pengaruh positifnya pada peningkatan penjualan berdampak pada jumlah produk yang dibeli oleh pelanggan. Pelanggan

akan menilai kualitas layanan yang diberikan oleh suatu pengusaha dengan cara membandingkannya dengan pengusaha sejenis dan dengan harapan pelayanan yang diinginkan.

Faktor-faktor lain yang memiliki pengaruh pada keputusan pembelian konsumen meliputi lokasi, layanan, desain interior, dan strategi promosi yang digunakan untuk menarik minat konsumen. Lokasi merupakan faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan suatu layanan, karena lokasi berkaitan erat dengan potensi pasar penyedia layanan (Fandy Tjiptono, 2017:40)."

Bagi sebagian besar pengusaha, pemilihan lokasi untuk bisnis kecil merupakan keputusan yang sangat penting, sebagian besar bersifat jangka panjang. Namun, wirausaha juga perlu mempertimbangkan kemungkinan untuk memindahkan lokasi bisnisnya dengan tujuan mengurangi biaya operasional. Lokasi bisnis dapat didefinisikan sebagai perencanaan dan pelaksanaan distribusi produk atau layanan melalui tempat atau lokasi yang strategis (Hestrianto, 2018). Lokasi juga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, karena kebanyakan konsumen cenderung memilih lokasi yang dekat dengan mereka daripada yang jauh. Hal ini juga menjadi preferensi para konsumen dalam mengambil keputusan pembelian karena ada yang memilih lokasi yang dekat ada juga yang memilih lokasi yang jauh dikarenakan hanya berfokus pada menu yang disukai konsumen.

Desain interior menjadi faktor yang ikut mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan dengan trend sekarang mengenai foto "*aesthetic*" sehingga desain interior menjadi faktor yang paling banyak diperlukan untuk

kenyamanan konsumen. Tujuan desain interior adalah menciptakan lingkungan yang memungkinkan individu yang menggunakan ruangan dapat berfungsi dengan efisiensi dan merasa kenyamanan (Ii & Pustaka, 2013). Dengan desain interior yang bagus dan mendukung sesuai trend terkini dapat membantu dalam menarik perhatian konsumen untuk datang.

Dalam konteks banyaknya cafe dan restoran, terdapat suatu tempat di Kota Jambi yang tak kalah menarik untuk menikmati hidangan kuliner, yaitu Cafe Rooftop sa.jiwa. Cafe Rooftop sa.jiwa ini adalah salah satu kafe di Kota Jambi yang terkenal dengan beragam pilihan makanan dan minuman, yang dihadirkan dengan dua konsep yang berbeda yaitu dua tingkat indoor dan outdoor, dengan fasilitas yang nyaman seperti kipas angin, Meja dan kursi terpisah, toilet, beberapa lukisan dinding dan CCTV. Cafe Rooftop sa.jiwa ini terletak di Jl Total No.65, Paal lima, Kec, KotaBaru, Kota Jambi, Jambi. 36129. Cafe ini menerapkan strategi dalam berbagai hal di usahanya, khususnya dalam strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang digunakan di cafe Rooftop Sa.jiwa ini yaitu dengan menggunakan sosial media seperti instagram, dan menggunakan word of mouth.

Dari berbagai macam varian yang terdapat di café rooftop sa.jiwa, terdapat beberapa menu yang paling best seller diantaranya yaitu Nasi goreng sajiwa, Mixed Snack, Es kopi susu, Es susu regall, Es redvelvet, Es Chocolate, Lychee yakult dan Peach blue. Berdasarkan varian menu best seller, peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui bagaimana konsumen menentukan keputusan pembelian ditinjau dari kualitas pelayanan dan lokasi usahanya. Berdasarkan survey wawancara tersebut peneliti memperoleh hasil bahwa 8 dari 10 orang menyatakan bahwa

adanya permasalahan yang kurang yaitu seperti kurangnya lokasi akses parkir pada café rooftop sa.jiwa sehingga konsumen yang memiliki kendaraan transportasi umum tidak kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya. Faktor lokasi juga mempengaruhi keputusan pembelian, jika lokasinya strategis dan juga mudah dijangkau oleh konsumen hal ini dapat menimbulkan kepuasan tersendiri yang dapat dirasakan oleh konsumen. Café rooftop sa.jiwa ini juga kurang karena hanya menggunakan media sosial yaitu Instagram, sehingga kurangnya pelanggan yang datang ke cafe Rooftop sa.jiwa ini. Cafe Rooftop sa.jiwa ini kurang juga dalam hal desain eksterior yang kurang menarik sehingga pelanggan juga kurang tertarik untuk berkunjung ke cafe Rooftop sa.jiwa ini.

Hal ini mengakibatkan minimnya pelanggan yang berkunjung ke cafe ini. Oleh karena itu, diperlukan lokasi usaha untuk strategi pemasaran yang baik dan kualitas pelayanan yang berkualitas tinggi namun dengan jangkauan harga yang dapat menjangkau seluruh lapisan baik lapisan menengah ke bawah maupun menengah ke atas sehingga bisa mencapai target yang diinginkan.

Berdasarkan uraian diatas yang telah dijelaskan, penulis ingin meneliti dengan judul tentang ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Rooftop Sa.jiwa Kota Jambi”

## **1.2 Rumusan masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rooftop sa.jiwa kota Jambi?

2. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rooftop sa.jiwa kota Jambi?
3. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi usaha mempengaruhi keputusan pembelian di Rooftop sa.jiwa kota Jambi?

### **1.3 Batasan masalah**

Agar penelitian tidak merambat keluar dari pembahasan dan berfokus pada topik yang diangkat, maka penelitian “Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian di Rooftop sa.jiwa kota Jambi” dibatasi pada:

1. Mencakup subjek hanya dibatasi pada konsumen Rooftop sa.jiwa kota Jambi.
2. Faktor yang dibatasi hanya seputar kualitas pelayanan dan lokasi usaha yang dilakukan oleh Rooftop sa.jiwa kota Jambi.

### **1.4 Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rooftop sa.jiwa kota Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rooftop sa.jiwa kota Jambi.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan lokasi usaha mempengaruhi keputusan pembelian di Rooftop sa.jiwa kota Jambi.

## 1.5 Manfaat penelitian

### a. Manfaat teoritis

Harapannya, penelitian ini dapat berfungsi sebagai rujukan dan sumber pengetahuan yang akan memperkaya pengetahuan bagi mahasiswa dan masyarakat, terutama dalam perkembangan ilmu pengetahuan yang terkait dengan variabel yang diteliti, seperti kualitas layanan dan lokasi, serta dampaknya terhadap keputusan pembelian.

### b. Manfaat praktisi

- Bagi perusahaan : sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk kedepannya. Begitupun untuk perusahaan lainnya yang bergerak dibidang kuliner untuk dapat mempelajari tingkat persaingan bisnis dan lokasi bisnis terhadap pertumbuhan usaha.
- Bagi penulis : penelitian ini dapat memberikan wawasan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan tentang tingkat persaingan bisnis dan lokasi bisnis dan pertumbuhan usaha.
- Bagi pihak lain : hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi bagi pembaca sebagai ilmu pengetahuan tambahan khususnya yang akan mengadakan penelitian dan bisa bermanfaat dimasa yang akan datang.