

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manajemen pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang memiliki arti penting dalam dunia usaha, karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan pengeluaran yang seminimal mungkin. Banyaknya sarana dan prasarana penunjang usaha yang ada mengakibatkan fokus utama perusahaan lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan konsumen.

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen.

Bisnis kuliner yang paling berkembang saat ini adalah bisnis cafe. Perkembangan cafe di Kecamatan Kayu Aro saat ini sudah banyak menyebar dimana-mana sehingga menimbulkan semakin ketatnya persaingan bisnis. Hal ini membuat cafe harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan dan bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, diantaranya kualitas

produk, lokasi, dan kelompok rujukan. Selain itu, selain faktor tersebut harus menjadi perhatian pihak pengelola cafe, selebih keberadaan pesaing merupakan suatu tantangan bagi Oma Scnd Cafe. Berikut ini daftar nama cafe yang ada di Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci dapat disajikan pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Daftar Cafe Kayu Aro

Nama Pesaing	Alamat
Nayla Cofee	Desa Mekar Jaya Kayu Aro Kerinci
Karsa Café	Desa Sungai Tanduk Mekar Sari Kayu Aro
MW Café	Desa Kersik Tua Kayu Aro
Selter Café	Desa Tanjung Bungo Kayu Aro
Dian Café	Desa Lindung Jaya Kayu Aro
Cinema Mini Cafe	Desa Batang Sangir Kayu Aro
Kombong Teduh Cafe	Desa Sungai Tanduk Kayu Aro
Swarga Café	Desa Lindung Jaya Kayu Aro
Tika Seno Café	Desa Kersik Tuo Kayu Aro
Oma Scnd Café	Desa Batang Sangir Kayu Aro

Sumber: Observasi Awal Peneliti

Ketertarikan saya memilih Oma Scnd Cafe menjadi objek penelitian yang berlokasi di Desa Polempok yang memiliki andalan produk ayam geprek, mie terbang, dan lokasi yang strategis bagi konsumen. Dan selalu ramai di kunjungi oleh oleh kaum remaja pada umumnya. Oma Scnd Cafe Kayu Aro yang berdiri sejak Desember 2018, merupakan salah satu Cafe yang terletak di Desa Polempok Kayu Aro. Harga yang ditawarkan oleh Oma Scnd Cafe Kayu Aro juga terjangkau oleh konsumen dan variatif. Menu makanan dan minuman juga beragam, khususnya masakan ayam geprek, mie terbang, dan lainnya.

Oma Scnd Cafe Kayu Aro merupakan salah satu cafe yang berada di Desa Batang Sangir Kecamatan Kayu Aro Barat. Oma Scnd Cafe Kayu Aro yang berdiri dari tahun 2018 s/d sekarang. Oma Scnd Cafe Kayu Aro termasuk salah

satu cefe kekinian yang menjual berbagai menu makanan yang sedang hit di kalangan muda. Selain itu, Oma Scnd Cafe Kayu Aro memiliki desain yang lebih modern dan minimalis yang menyesuaikan dengan model saat ini. Menu Oma Scnd Cafe mempunyai ciri yang khas dan daya tarik tersendiri, maka akan semakin banyak pelanggan yang tertarik untuk memutuskan pembelian di Oma Scnd Cafe. Oma Scnd Cafe harus cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha cafe yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Dalam memenangkan persaingan, usaha cafe harus mampu memahami kebutuhan keinginan konsumen. Dengan memahami kebutuhan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi usaha Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kabupaten Kerinci untuk merancang strategi pemasaran agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono (2014), bahwa keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian adalah perilaku seorang konsumen dalam melakukan pemilihan suatu produk yang akan dibeli yaitu proses mulai dari melihat hingga akhirnya mengambil keputusan terhadap produk tersebut. Dalam proses keputusan pembelian seorang konsumen akan memperhatikan faktor proses keputusan pembelian konsumen yaitu konsumen akan mencari sebuah informasi untuk produk yang dibeli dan keadaan tempat yang mendukung bagi kenyamanan konsumen tersebut.

Fenomena keputusan pembelian konsumen terhadap produk makanan dan minuman pada sebuah cafe berkaitan dengan kemantapan pada sebuah produk dimana konsumen memutuskan pembelian karena satu pilihan dari pandangan pertama yang dilihat pada saat berkunjung pada sebuah cafe. Namun,terkadang konsumen biasanya memiliki kebiasaan untuk mencoba jenis menu dari cafe lain sehingga kemantapan pada sebuah produk bisa berubah sesuai dengan selera konsumen. Konsumen juga cenderung membeli menu yang dianggap lebih menarik selera sedangkan Oma Scnd Cafe Kayu Aro menjual produk yang sama dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bisa memutuskan pembelian pada cafe lain. Di manapun produk dijual tetap pembeli memilih satu produk yang menjadi hobi dan kesukaan sehingga membuat seseorang memutuskan pembelian,tapi menu Oma Scnd Cafe Kayu Aro juga dijual pada cafe lain sehingga konsumen dapat memutuskan pembelian pada cafe lain. Dari ketiga fenomena indikator tersebut membuat alasan untuk konsumen tidak memutuskan pembelian.

Berdasarkan fenomena indikator keputusan pembelian konsumen bisa berubah apabila ketidaksesuai terjadi pada indikator diantaranya kemantapan membeli sebuah produk, kebiasaan membeli produk, dan kecepatan membeli produk tersebut, maka konsumen bisa tidak memutuskan pembelian. Untuk itu konsumen perlu mempertimbangkan faktor lain dalam memutus pembelian diantaranya kualitas produk, lokasi, dan kelompok rujukan sebagai orang yang merekomendasikan kepada konsumen untuk memutuskan pembelian. Menurut Tjiptono (2014), bahwa pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kualitas produk, lokasi tempat usaha, dan kelompok rujukan yang memberikan rekomendasi terhadap produk yang dijual sebagai kegiatan

pemasaran. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Safutri dan Prihtanti (2020), yang menjelaskan bahwa kualitas produk, lokasi, dan kelompok rujukan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hygiene* di Rumah Kedelai Grobogan (RKG).

Berdasarkan teori di atas bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor kualitas produk. Menurut Kotler (2014), bahwa kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, dan pengoprasian, dan resparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk merupakan pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk.

Fenomena kualitas produk dapat diuraikan dari beberapa hal yang menjadi andalan produk makanan dan minuman di Oma Scnd Cafe diantaranya kesesuaian antara spesifikasi produk makanan dan minuman yang dijual di cafe, adanya kesitimewaan produk makanan dan minuman yang lebih khas dan berbeda dibandingkan di cafe lain, cara plating makanan dan minuman yang memiliki nilai estetika yang baik dan menyedapkan mata yang memandang, serta kualitas yang dipersepsikan terhadap makanan yang disajikan untuk pelanggan. Salah satu yang menjadi fenomena kualitas makanan dan minuman yang dijual Oma Scnd Cafe Kayu Aro adalah berbagai varian makanan dan minuman yang sama dengan menu di cafe lain sehingga banyak juga konsumen yang memperhatikan kualitas produk di cafe lain. Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci menjual menu makanan dan minuman yang dapat disajikan sebagai berikut.

Tabel 1.2
Daftar Menu di Oma Scnd Cafe Kayu Aro

No.	Menu Makanan dan Minuman	Harga
1	Nasi Goreng Biasa	Rp.15.000
2	Nasi Goreng Spesial	Rp.20.000
3	Nasi Goreng Teri	Rp.18.000
4	Nasi Goreng Seafood	Rp.20.000
5	Mie Rebus	Rp.15.000
6	Mie Goreng	Rp.15.000
7	Lobster Saus Lada Hitam	Rp.20.000
8	Lobster Sau Padang	Rp.20.000
9	Nilai Saus Nanas	Rp.25.000
10	Nila Kuah Pindang	Rp.25.000
11	Nila Sambal Petai	Rp.20.000
12	Nila Cabe Hijau	Rp.20.000
13	Hot Plate Ayam Lada Hitam	Rp.30.000
14	Hot Plate Sapi Lada Hitam	Rp.30.000
15	Chiken Grill Musroom	Rp.20.000
16	Soup Ayam Mak Ayang	Rp.16.000
17	Ayam Saus Mongolia	Rp.20.000
18	Ayam Sambal Petai	Rp.20.000
19	Chapcay	Rp.10.000
20	Chiken Roll Jiang Chay	Rp.15.000
21	Belut Cabe Hijau	Rp.20.000
22	Ayam Bakar	Rp.25.000
23	Ayam Sambal Teri	Rp.20.000

Sumber: Oservasi Awal Penelitian

Berdasarkan tabel di atas bahwa makanan yang dijual di Oma Scnd Cafe Kayu Aro berkualitas bagus. Semakin berkualitas makanan yang disajikan semakin mahal harganya, contohnya ayam dan daging lada hitam yang harganya mencapai Rp. 30.000.000/porsi. Hal inilah yang menjadi pertimbangan konsumen untuk memutuskan pembelian pada Oma Scnd Cafe Kayu Aro. Selanjutnya, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor lokasi. Menurut Suwarman (2012), bahwa lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja, mau memutuskan

untuk membeli. Lokasi sebagai dipertimbangkan seseorang memutuskan pembelian. Lokasi harus dapat membuat konsumen dengan mudah menjangkau lokasi tersebut mudah dijangkau oleh konsumen dan memiliki akses jalan yang mudah ditemukan dan juga lokasi yang banyak dilewati orang banyak sebagai target pasar sasaran. Sebagaimana hasil penelitian dari Wibowo dan Rusminah (2021), menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi pada Coffe Shop Komunal.

Beberapa fenomena lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk datang memutuskan pembelian. Salah satu indikator lokasi yang menjadi fenomena dalam penelitian ini adalah masalah fasilitas pendukung yang masih kurang optimal, seperti lokasi parkir yang agak kecil dan sulit bagi konsumen Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci untuk parkir kendaraan. Selain itu, fasilitas pendukung lainnya seperti tempat tongkrongan dan selfie yang belum tersedia buat konsumen yang ingin selfie atau beswapotho.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi lainnya yaitu kelompok rujukan. Menurut Kotler (2014), bahwa kelompok rujukan adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Konsumen cenderung lebih berpengaruh oleh kelompok rujukan jika informasi yang diberikan dianggap sah dan relevan dengan makanan dan minuman yang dijual di sebuah cafe, dan sumber yang memberi informasi tersebut dianggap percaya, hal ini dapat memotivasi konsumen untuk memutuskan untuk pembelian. Sebagaimana didukung oleh hasil penelitian Kartika dan Sidig (2018), menjelaskan bahwa

kelompok referensi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kawasaki Ninja 250 CC.

Beberapa data pengunjung Oma Scnd Cafe yang dari kalangan pelajar, mahasiswa, karyawan, PNS/TNI, dan lain-lain.

Jumlah pengunjung Oma Scnd Cafe Kayu Aro dari tahun 2018-2022 yang dapat disajikan sebagai berikut.

Tabel 1.3
Data Pengunjung dan Omzet Oma Scnd Cafe Kayu Aro

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung/Bulan	Omzet/Perbulan (Rp)
1	2018	504	60.000.000
2	2019	550	65.000.000
3	2020	250	35.000.000
4	2021	495	60.000.000
5	2022	525	75.000.000

Sumber: Oservasi Awal Penelitian

Berdasarkan tabel di atas jumlah pengunjung Oma Scnd Cafe Kayu Aro dari tahun 2018-2022 cukup tinggi. Namun, jumlah pengunjung tahun 2018 mengalami penurunan drastis karena keadaan pandemi 2020. Hal ini dapat membuat omset turun. Tingginya jumlah pengunjung Oma Scnd Cafe Kayu Aro berkaitan dengan kelompok rujukan yang memberikan rekomendasi kepada kelompok lain untuk datang ke Oma Scnd Cafe Kayu Aro. Kelompok rujukan sangat penting dalam meningkatkan omzet Oma Scnd Cafe Kayu Aro yang datang membawa pelanggan untuk makan di Oma Scnd Cafe Kayu Aro.

Fenomena faktor dari kelompok rujukan dilihat beberapa indikator daya tarik yang ada di Cafe Oma Scnd Cafe terlihat biasa-biasa saja. Daya tarik cafe yang diceritakan oleh kelompok rujukan berbeda dengan kenyataan. Tidak ada hal yang menonjol sebagai daya tarik dan layaknya seperti cafe-cafe biasa lainnya. Kemudian, pengetahuan kelompok rujukan dalam memberikan

rekomendasi kepada pihak lain yang berkaitan dengan pengalaman mena yang pernah kelompok rujukan makan. Hal ini membuat ketidakakuratan dalam memberikan informasi kepada kelompok rujukan lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Kelompok Rujukan terhadap Keputusan Pembelian di Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci secara parsial dan berapa besarnya?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci secara parsial dan berapa besarnya?
3. Apakah kelompok rujukan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci secara parsial dan berapa besarnya?
4. Apakah kualitas produk, lokasi, dan kelompok rujukan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci secara parsial dan berapa besarnya.

2. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci secara parsial dan berapa besarnya.
3. Kelompok rujukan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci secara parsial dan berapa besarnya.
4. Kualitas produk, lokasi, dan kelompok rujukan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Sebagai bahan masukan bagi pengelola usaha cafe di Oma Scnd Cafe Kayu Aro Kerinci sebagai pertimbangan meningkatkan kualitas produk sebagai daya tarik konsumen untuk datang berkunjung menikmati makanan dan minuman yang dijual di cafe.
2. Bagi pihak-pihak lain, diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi atau bahan masukan dalam penelitian serupa pada pnelitian yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi penulis diharapkan penelitian ini dapat menambah pemahaman dan menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran produk pada sebuah cafe sebagai serta untuk mengaplikasikan teori yang telah didapat selama perkuliahan ke dalam dunia usaha sesungguhnya.