

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kegiatan pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan usaha, mengingat orientasinya dalam memberikan value kepada konsumen, ditambah dengan pesatnya kemajuan teknologi sekarang ini sehingga informasi, tenaga kerja, dan kemampuan perusahaan untuk membuat produk yang berkualitas sama menjadi lebih mudah, tinggal bagaimana peran dari setiap kegiatan pemasaran yang pada akhirnya mempengaruhi penjualan produk tersebut.

Secara umum manajemen pemasaran adalah kegiatan perencanaan, tindakan, pengawasan dan evaluasi yang berhubungan dengan proses memperkenalkan produk/jasa kepada khalayak luas atau konsumen. Sedangkan tujuan diadakannya manajemen ini ialah supaya banyak orang yang mengenal produk. Diharapkan pula mereka tertarik untuk membeli produk tersebut. Jika ini yang terjadi, berarti manajemen marketing yang dibuat berhasil dengan baik. Melihat pengertian di atas, jika tidak ada manajemen yang baik, berarti kegiatan marketing juga tidak akan maksimal. Karena perusahaan tidak mungkin bisa menjual satu produk pun jika tidak ada konsumen yang tahu tentang produk yang akan dijual.

Strategi Pemasaran sangat dibutuhkan dalam Tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan memperoleh konsumen baru. Perusahaan harus

dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Kegiatan Usaha tidak hanya dituntut untuk memenuhi kebutuhan produk dari pelanggan, karena banyak perusahaan dengan bisnis yang sama yang dapat memenuhi kebutuhan produk pelanggan. Pengusaha dituntut untuk memberikan nilai lebih bagi para pelanggan agar pelanggan tetap memilih perusahaan tersebut. Salah satu nilai lebih yang dapat memberikan dampak besar bagi pelanggan adalah kualitas pelayanan yang diberikan.

Dalam setiap kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan. Perusahaan harus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan. Peningkatan akan adanya restoran atau cafe di zaman semodern ini mengakibatkan ketatnya persaingan dalam bisnis ini sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerjanya agar dapat bersaing di pasar. Restoran harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis makanan perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam restorannya dengan memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat beli konsumen.

Dewasa ini perkembangan bisnis cukup pesat, terlebih utama di bidang makanan. Hal ini disebabkan karena Makanan adalah Salah Satu kebutuhan paling utama atau kebutuhan pokok bagi semua orang, baik dari anak-anak, remaja

maupun orang-orang dewasa. Para pelaku bisnis ditantang untuk menciptakan suatu perbedaan atau ciri khas yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Oleh karena itu para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu pengalaman didalam mengkonsumsi produk dan jasa, sehingga akan membuat mereka terkesan. Khususnya pada bisnis kuliner, setiap pelaku bisnis kuliner berusaha menawarkan berbagai rangsangan yang mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian produk dan jasa yang disediakan.

Kondisi persaingan yang ketat dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Untuk itu, pengusaha harus pintar melihat peluang serta menentukan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Salah satu tujuan mendirikan usaha adalah mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, oleh karena itu para produsen harus pintar dalam melihat peluang usaha yang bisa dijadikan bisnis. Selain itu perusahaan harus mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan mencari pelanggan yang baru. Mempertahankan Pelanggan yang telah ada merupakan suatu tugas yang tidak mudah, sebab perubahan dapat terjadi setiap saat, baik pada diri pelanggan seperti selera maupun perubahan kondisi lingkungan (Kotler, 2003) .

Pesatnya perubahan lingkungan yang terjadi pada saat ini memaksa perusahaan untuk mengikuti perkembangan pasar dan memahami perilaku konsumen. Bentuk fisik suatu produk yang diciptakan oleh perusahaan dengan baik

dimata konsumen akan menunjukkan tingkat keseriusan perusahaan dalam membuat konsumen merasa puas.

Untuk itu, semakin baik atau unik bentuk fisik suatu produk yang diciptakan akan membuat para konsumen merasa puas dan memutuskan pembelian. Dengan semakin banyak usaha di bidang kuliner maka persaingan dalam mendapatkan perhatian konsumen juga semakin ketat, oleh karena itu para pengusaha dengan jenis produk yang serupa harus memikirkan cara untuk memenangkan pasar. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan ialah dengan membuat sesuatu yang berbeda.

Semakin berkembangnya banyak usaha makan semakin banyak tolak ukur konsumen dalam melakukan keputusan pembelian salah satunya adalah kualitas pelayanan, semakin baik pelayanan yang diberikan oleh produsen maka akan memberikan keuntungan begitupun sebaliknya jika kualitas pelayanan yang tidak baik, maka akan memberikan kerugian tersendiri terhadap produsen.

Caffe adalah suatu usaha di bidang makanan yang dikelola secara komersial yang menawarkan pada para tamu makanan atau makanan kecil dengan pelayanan dalam suasana tidak formal tanpa diikuti suatu aturan atau pelayanan yang baku (sebagaimana sebuah *exlusive dinning room*), jenis-jenis makanan atau harganya lebih murah karena biasanya beroperasi selama 24 jam, dengan demikian dapat dipastikan sebuah caffe akan tetap buka ketika restoran-restoran lainnya sudah tutup.

Salah cafe yang ada di Kota Sungai Penuh adalah Shifa Donat. Shifa Donat adalah salah satu cafe di Kota Sungai Penuh yang mengusung konsep high service,

dimana cafe ini memiliki gedung cafe yang tinggi dengan memiliki 3 lantai, cafe ini berada di Jl. Pancasila, Kota Sungai Penuh.

Proses keputusan pembelian dapat dikategorikan secara garis besar ke dalam tiga tahap utama: pra-pembelian, konsumsi dan evaluasi purnabeli. Tahap pra-pembelian mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian produk. Tahap ini meliputi tiga proses, yakni identifikasi kebutuhan, pencarian informasi dan evaluasi alternatif. Tahap konsumsi merupakan tahap proses keputusan konsumen di mana konsumen membeli dan menggunakan produk atau jasa. Sedangkan tahap evaluasi purnabeli adalah tahap proses pembuatan keputusan konsumen sewaktu konsumen menentukan apakah ia telah membuat keputusan pembelian yang tepat (Tjiptono, 2015).

Menurut Kotler (2012) keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisis atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Keputusan pembelian juga merupakan salah satu dari bagian perilaku konsumen. Dimana perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakantindakan tersebut.

Menurut Kotler (2012) keputusan pembelian suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah inovasi produk, fasilitas dan gaya hidup.

Dimana jika ketiga faktor ini terpenuhi maka konsumen dapat melakukan keputusan pembelian pada produk yang diinginkan.

Menurut Kotler (2016) Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi sebagai sumber keunggulan bersaing didasarkan pada kreativitas yang didapatkan melalui proses mudah alih teknologi dan pengelolaan kemitraan, sehingga dianggap sebagai fungsi penting dari bisnis setelah pemasaran.

Inovasi merupakan upaya kreatif terorganisasi yang berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mentransformasikan barang dan jasa menjadi lebih baik dari pada sebelumnya. Dimana inovasi dapat berupa desain yang baru, penciptaan manfaat yang baru dan penggunaan teknologi yang baru. Inovasi produk sangat erat kaitannya dengan keputusan pembelian karena inovasi mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Inovasi produk yang sesuai dengan harapan konsumen akan dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, ini akan memicu konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Adapun fenomena inovasi produk pada café Shifa Donat adalah terletak dikelengkapan menu, dimana menu yang tersedia di café Shifa Donat tidak

sebanyak menu pada café lainnya di Kota Sungai Penuh, terbatasnya menu ini secara tidak langsung menurunkan minat beli konsumen pada café Shifa Donat, dimana banyaknya inovasi dan varian menu lebih disukai oleh konsumen.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah fasilitas. Fasilitas merupakan faktor penunjang yang digunakan cafe dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Fasilitas merupakan hal yang harus diperhatikan cafe untuk memudahkan pelanggan mendapatkan kebutuhan-kebutuhannya. Sebelum cafe memulai operasinya, cafe terlebih dahulu harus menyediakan fasilitas yang mendukung kebutuhan pelanggan dalam menikmati hidangan yang disediakan oleh cafe. Seperti pendapat Tjiptono (2014) bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.

Adapun fenomena fasilitas pada cafe shifa donat terdapat dimana masih kurangnya fasilitas yang baik, seperti adanya meja dan kursi yang mulai rusak. Rusaknya fasilitas tersebut tentu dapat mengurangi rasa puas konsumen dalam menikmati pembelajarannya sehingga berpikir dua kali untuk kembali berkunjung ke cafe, selain itu juga cafe shifa donat tidak memiliki lahan parkir sehingga mengganggu pengguna jalan lain.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah gaya hidup. Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

Adapun fenomena mengenai gaya hidup adalah dimana pada saat sekarang ini masyarakat Kota Sungai Penuh selalu melakukan aktivitas atau berkumpul pada suatu café, dimana café merupakan tempat ternyaman untuk berbincang sambil menikmati makanan yang dihidangkan oleh pihak café, selain itu juga café merupakan salah satu petunjuk bahwa perekonomian di Kota Sungai Penuh sudah mulai maju yang ditunjukkan oleh banyaknya kunjungan masyarakat ke café shifa donat sungai penuh pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Kunjungan Pelanggan di Café Shifa Donat Sungai Penuh**  
**Tahun 2023**

No	Bulan	Kunjungan
1	Januari	420 Orang
2	Februari	410 Orang
3	Maret	600 Orang
4	April	560 Orang
5	Mei	610 Orang
6	Juni	700 Orang
7	Juli	412 Orang
8	Agustus	310 Orang
9	September	432 Orang
10	Oktober	600 Orang
11	November	700 Orang
12	Desember	800 Orang

*Sumber: Café Shifa Donat Sungai Penuh.*

Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah kunjungan tertinggi ada pada bulan desember, dimana pada bulan desember tahun 2023 pelanggan banyak datang karena adanya event penyembutan tahun baru yang didukung dengan dimana café shifa donat Sungai Penuh memiliki lantai café yang paling atas dengan nuansa terbuka.

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi guna membantu dalam penulisan proposal ini, adapun penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Agus Wahyudi Salasa Gama dengan judul penelitian “Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati)”. Penelitian yang dilakukan oleh I.A.D. Atnawati dengan judul penelitian “Pengaruh Harga Dan Inovasi Produk Serta Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kain Endek Di Pasar Semarang”. Penelitian yang dilakukan oleh Inka Imalia dengan judul penelitian “Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional)”. Penelitian yang dilakukan oleh Ryan Oktavianto dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Sidoarjo”.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian **“Pengaruh Inovasi Produk, Fasilitas dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pade Shifa Donat”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Café Shifa Donat secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?

2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Café Shifa Donat secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Café Shifa Donat secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
4. Apakah inovasi produk, fasilitas dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Café Shifa Donat secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Café Shifa Donat secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
3. Untuk mengetahui gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Café Shifa Donat secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
4. Untuk mengetahui inovasi produk, fasilitas dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian secara simultan dan berapa besar pengaruhnya.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat akademis**

1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dalam mengembangkan wawasan berfikir dan menambah pembendaraan dibidang manajemen, khususnya mengenai konsep dan teori-teori mengenai

pengaruh inovasi produk, fasilitas dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Café Shifa Donat.

2. Diharapkan dapat menjadi masukan dan digunakan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan akademis.

#### **1.4.2 Manfaat praktis**

1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran bagi pengelola Café Shifa Donat.
2. Memberikan sumbangan pemikiran mengenai pengaruh inovasi produk, fasilitas dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Café Shifa Donat Kota Sungai Penuh sebagai perbandingan dalam melakukan penelitian untuk masa yang akan datang.

