BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Menikmati kopi sudah menjadi tradisi bagi masyarakat Indonesia baik itu masyarakat pedesaan maupun perkotaan, budaya minum kopi ini bisa di nikmati dari kalangan kelas atas hingga bawah dan dari usia remaja hingga dewasa dapat dipastikan menyukai kopi. Meminum kopi mempunyai manfaat untuk mencegah penurunan kognitif yang mampu mempengaruhi kemampuan dalam berfikir dan banyak juga yang percaya bahwa kopi bisa menghilangkan rasa ngantuk dikarenakan adanya kandungan kaffein dalam kopi yang bisa menstimulasi system saraf. Walaupun kopi bisa untuk menghilangkan rasa ngantuk, perlu diketahui mengkomsumsi kopi harus tetap bisa membatasi kopi setiap harinya. Untuk orang dewasa maksimal 4 gelas kopi sehari atau setara dengan 400mg kaffein, jika mempunyai penyakit maag maksimal 1-2 gelas perhari atau setara dengan 100-200mg kaffein perhari.

Banyaknya peminat kopi dewasa ini, menyebabkan banyak orang mulai membuka bisnis kedai kopi sebagai usaha bisnis yang memiliki peluang cukup baik. Tidak dapat dipungkiri bisnis kedai kopi kini kian berkembang khususnya di kalangan perkotaan, alasan bisnis kopi kian berkembang yaitu banyak peminatnya dan trend perkembangan konsumennya yang stabil. Akan tetapi dampak yang diakibatkan oleh banyaknya peminat kopi dikalangan masyarakat adalah

banyaknya pesaing bisnis kedai kopi yang menimbulkan persaingan yang sangat ketat, yang dimana itu mengaruskan pelaku bisnis berlomba lomba untuk menyediakan tempat yang nyaman bagi pelanggan yang datang agar bisa menikmati kopi dengan nyaman, dan pelaku bisnis harus bisa memberi cita rasa kopi dari berbagai daerah yang ada di Indonesia berupa kopi yang terkenal diantaranya, kopi jawa, kopi gayo, kopi florest,kopi kintamani, dan masih banyak lagi.

Sebagai salah satu kedai kopi di kota Singaraja kedai Solusi Kopi selalu ramai dikunjungi oleh pengunjung setiap hari baik di hari kerja maupun akhir pekan. Kedai Solusi Kopi yang berlokasi di Jalan Diponogoro No 82 Singaraja, menawarkan berbagai produk minuman kopi, teh serta makanan ringan, Untuk meningkatkan kunjungan pembeli, kedai Solusi Kopi juga menyediakan ruangan dilengkapi dengan hiasan graffiti yang unik dan menarik. Namun dengan semakin bertambahnya kedai kopi di Singaraja, jumlah pelanggan di Kedai Solusi Kopi singaraja selama periode 6 bulan terakhir mengalami penurunan jumlah penjualan produk pada kedai solusi kopi hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan Produk Pada Kedai Solusi Kopi Di Daerah Singaraja Pada Bulan April-September 2021

No	Bulan	Penjualan Produk
1	April	548
2	Mei	564
3	Juni	530
4	Juli	463
5	Agustus	457
6	September	423
7	Oktober	419
8	November	406

Sumber: Solusi Kopi Singaraja 2021

Fenomena penurunan penjualan tersebut mungkin terjadi karena perubahan permintaan pelanggan atau adanya kekecewaan pelanggan sehingga berpindah ke kedai kopi lain. Berdasarkan observasi dan wawancara awal yang telah dilakukan pada pihak manajemen Solusi Kopi, dari pihak manajemen telah berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, melalui pihak manajemen kedai Kopi Solusi, memberikan penawaran pada hari minggu yaitu berupa "kopi suling bali" dengan bayar seiklhasnya. Dan dari segi *store atmosphere* pihak manajemen telah melakukan upaya berupa *live music*, dan bisa *request* lagu sesuai keinginan dari pelanggan. Dengan adanya penawaran tersebut dari pihak manajemen Solusi Kopi ingin dapat meningkatkan penjualan di kedai Solusi Kopi. Sehingga jelas bahwa selama ini kedai Solusi Kopi sudah berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan *store atmosphere* tetapi terjadi fluktuasi penjualan.

Semakin meningkatnya bisnis kopi yang bermunculan di singaraja mengharuskan para pelaku bisnis bisa membuat usahanya tampil berbeda dari yang lain sehingga bisa menarik minat beli konsumen untuk berkunjung dan pada akhirnya bisa meningkatkan penjualan. Menurut Ma'ruf (2005) keputusan pembelian bukanlah hal berakhir dalam pembelian, namun berlanjut pada hingga pembelian tersebut menjadi bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan di masa depan. Salah satu cara untuk mencapai tujuan keputusan pembelian yaitu dengan cara mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang di inginkan oleh konsumen. Dalam hal ini strategi pemasaran cukup penting. Jika telah mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen maka akan terjadi evaluasi positif dari konsumen yang menyebabkan konsumen merasakan puas atas apa yang sudah di berikan dan

akhirnya akan melakukan pembelian ulang. Konsumen mengabil keputusan pembelian hampir setiap hari secara tidak langsung pembisnis harus mengetahui apa saja yang di nilai dan dipilih oleh konsumen untuk mengambil keputusan pembelian, oleh karena itu harus adanya kesadaran pembisnis untuk mengetaui pemenuhan kebutuhan dan keinginan para konsumen untuk mengetahui proses atau masalah selanjutnya.

Menurut Tjiptono (2014:157) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Bila kualitas pelayanan yang dirasakan, di bawah (*expected)* atau jasa yang diharapkan, maka pelanggan menjadi tidak puas terhadap penyedia jasa yang diberikan, yang dimana itu bisa menjadi dampak negative bagi bisnis yang di jalani. Jika kualitas pelayanan yang di berikan cukup memuaskan bagi para konsumen maka akan berdampak pada peningkatan jumlah penjualan. Selain pelayanan yang ramah, penampilan diri seorang karyawan berpengaruh bagi pelanggan, mulai dari cara berpakaian buasana karyawan yang rapi,dan menarik. Para pelaku bisnis harus dapat mengimbangi ekspetasi pelanggan terhadap bisnis yang di jalani sehingga dapat membangun rasa terkesan terhadap pelayanan yang sudah diberikan. Oleh karena itu di perlukan sebuah pandangan untuk melakukan inovasi terhadap bisnis kopi untuk mempengaruhi keputusan pembelian seperti halnya cepat tanggap dalam melayani pengunjung yang baru datang, dan menggunakan tutur kata yang enak untuk didengar oleh pelanggan, hal ini bisa menjadi suatu dampak positif bagi pelanggan yang pada akhirnya bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dalam penelitian yang dilakukan oleh Suharto

(2017) menyatakan variabel suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, dalam penelitian yang dikemukakan oleh Kandapa Thanasuta (2015), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor terakhir adalah *store atmosphere* merupakan salah satu yang di pertimbangkan sebelum membuka suatu usaha, disamping itu *store atmosphere* di nilai sangat penting untuk melakukan sebuah usaha. Menurut Utami (2006) Suasana (*atmospherics)* berarti desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahyaan, warna, music, dan wangi-wangian untuk merancang respons emosional dan persepsi pelanggan dan untuk memengaruhi pelanggan dalam membeli barang. Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk makan atau minum di sebuah tempat, mereka juga akan mempertimbangkan interior, desain, dan *store atmosphere* dalam tempat tersebut. Pencahayaan yang cukup terang dan kualitas tempat yang bersih di nilai mampu bisa membuat pelanggan merasa nyaman sambil menikmati hidangan menu yang di sajikan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maki et al (2017) *Store Atmosphere* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Casturi dan Nanico (2015) suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian..

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan diatas maka penulis tertarik untuk mungji variabel pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian, dengan studi kasus di Solusi Kopi tepatnya di jalan Ponogoro No.82, Singaraja.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah di paparkan, maka dapat diidentifikasikan pada masalah berikut:

(1) Terjadinya fluktuasi penjualan di Kedai Solusi Kopi Singaraja.

(2) Adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan penelitian ini ditetapkan agar dalam penelitian nanti berfokus pada pokok permasalahan yang ada, sehingga diharapkan tujuan penelitian ini tidak menyimpang dari sasarannya, maka penelitian ini berfokus pada permasalahan mengenai variabel kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* kedai kopi serta pengaruhnya terhadap keputusan pelanggan.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan di teliti sebagai berikut.

(1) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Solusi Kopi Singaraja?

(2) Apakah terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Solusi Kopi Singaraja?

(3) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi Solusi Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah

(1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kedai Solusi Kopi.

(2) Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* kedai terhadap keputusan pembelian di Kedai Solusi Kopi.

(3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Kedai Solusi Kopi.

1.6 Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, Adapun manfaat penelitian ini adalah.

(1) Untuk memberikan informasi dan sebagai masukan bagi Solusi Kopi dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian.

(2) Untuk menambah wawasan peneliti dan pengalaman sekaligus untuk mengaplikasikan ilmu yang dimiliki.

(3) Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang khususnya pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan *store atmosphere.*