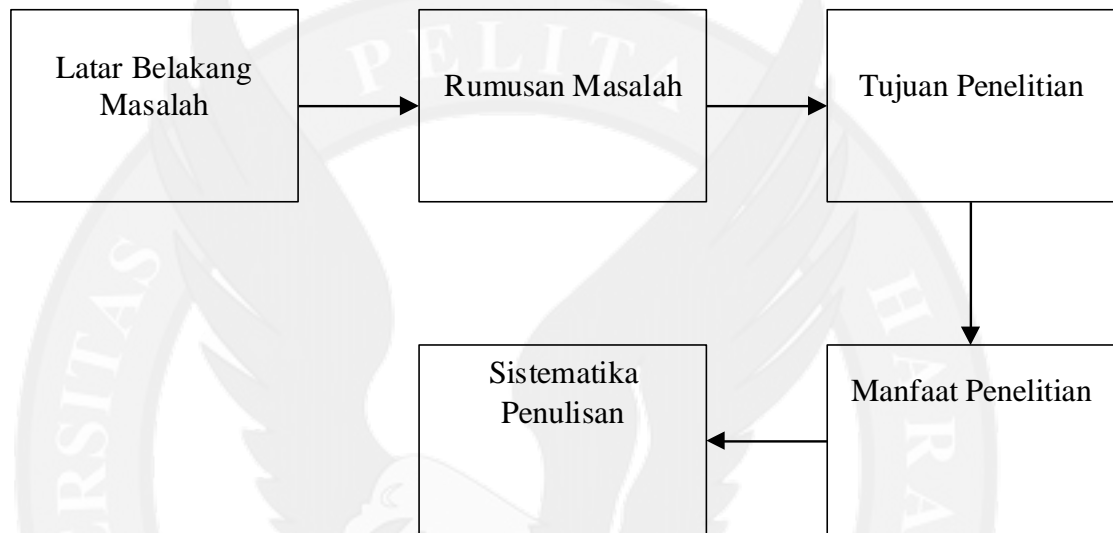


BAB I

PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan memberikan uraian secara mendalam mengenai latar belakang suatu masalah yang mendasari penelitian, tujuan diadakannya penelitian, rumusan masalah yang dihadapi, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.



1.1 Latar Belakang Masalah

Gaya hidup merupakan tindakan yang menunjukkan bagaimana seseorang itu hidup, membelanjakan uangnya, dan mengalokasikan waktunya (Minor dan Morwen, 2002). Gaya hidup tidaklah permanen, melainkan selalu berubah-ubah sesuai dengan tren yang ada pada saat itu, atau dengan kata lain gaya hidup mengikuti tuntutan jaman, gaya hidup ini disebut dengan gaya hidup modern. Sutanto (2001) dalam bukunya yang berjudul “Potret-potret Gaya Hidup Metropolis” memaparkan berbagai bentuk gaya hidup modern, salah satunya adalah menjadikan gengsi atau *prestige* sebagai sesuatu yang penting, dan kecenderungan untuk bercengkerama di tempat-tempat tertentu, individu dengan gaya hidup modern selalu menginginkan bercakap-cakap atau bersosialisasi di suatu tempat

yang dianggap paling nyaman, dan mampu mendatangkan gengsi bagi individu tersebut.

Salah satu tren tempat bersosialisasi yang tergolong modern adalah *coffee shop*. *Coffee shop* adalah suatu tempat (kedai) yang menyajikan olahan kopi dan kudapan kecil (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1998). *Coffee shop* awalnya hanya sekedar tempat untuk menjual kopi, namun semenjak dikenalkan di Amerika Serikat pada tahun 1792, *coffee shop* menjelma menjadi suatu tempat bersantai atau bertatap muka antar pelanggannya sembari menikmati kopi (Ukers, 2012). Sejak tahun 2016, pertumbuhan kopi nasional terus meningkat dari 0,8 kg per kapita menjadi 1,3 kg per kapita, sejalan dengan pertumbuhan kopi nasional, pertumbuhan *coffee shop* juga terus meningkat mencapai 16% setiap tahunnya (Euromonitor, 2010).

Tren *coffee shop* juga hadir di Indonesia dengan berbagai macam konsep dan inovasi yang dihadirkan, salah satu *coffee shop* tersebut adalah MAXX Coffee yang didirikan pada tahun 2015. MAXX Coffee hadir dengan konsep kopi premium dan gaya hidup mampu berkembang dengan cukup pesat dengan membuka cabang-cabang di beberapa kota. Meskipun dapat dikatakan telah berhasil dalam mengambil pangsa pasar untuk *coffee shop*, namun konsep yang diusung oleh MAXX Coffee berhadapan dengan *coffee shop* lain yang memiliki konsep serupa.

Munculnya berbagai macam *coffee shop* yang memiliki konsep dan *target* pasar yang sama membuat persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Persaingan yang terjadi di dunia bisnis bisa berdampak baik dan buruk. Dampak baiknya adalah setiap perusahaan akan semakin inovatif dan kreatif dalam menciptakan produk dan jasa dengan promosinya yang dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk memikat hati pembeli. Perusahaan saling bersaing untuk menguasai pasar sehingga persaingan menjadi semakin ketat akan menjadikan para

pemilik bisnis harus pintar mengikuti *trend* agar dapat tetap bersaing dan eksis (Abdullah, 2016), namun tetap keputusan pembeli ada di konsumen yang akan memilihnya.

Keputusan pembeli memiliki beberapa faktor seperti faktor harga yang tentunya sebelum membeli, para konsumen pasti akan membandingkan harga dari berbagai kedai kopi yang ada di pasaran. Konsumen memiliki kecenderungan berkunjung ke kedai kopi dengan harga yang terjangkau atau sebanding dengan pelayanan yang diberikan oleh kedai kopi tersebut serta kebutuhan yang diperlukannya (Tjiptono, 2001). Kualitas pelayanan yang diberikan juga berdampak pada keputusan pembelian konsumen, tentunya kualitas pelayanan akan menjadi faktor pertama dalam pembelian, suatu harga yang murah kurang diminati apabila memiliki kualitas pelayanan yang buruk. Karena kualitas yang baik dapat menciptakan citra baik tersendiri pada masyarakat, membentuk suatu kepercayaan untuk membeli serta menggunakannya secara terus menerus dengan mempertahankan keunggulannya (Boyd et.al., 2005). Selain itu yang menjadi faktor pendukung adalah promosi, dengan menyebarkannya melalui sosial media atau media lainnya, hal ini dapat memikat hati para konsumen. (Riyono dan Budiharja, 2016).

Pemilihan MAXX Coffee cabang UPH Karawaci didasarkan kepada fakta bahwa lokasi tersebut sangatlah strategis, dengan *target* pasar yang sesuai (kalangan mahasiswa), namun MAXX Coffee menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan *coffee shop* lain yang juga memiliki lokasi di sekitar UPH Karawaci sehingga untuk dapat memenangkan persaingan, penting bagi MAXX Coffee untuk memahami apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumennya.

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian di MAXX Coffee UPH Karawaci?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di MAXX Coffee UPH Karawaci?
3. Apakah promosi berperan sebagai pendukung keputusan pembelian di MAXX Coffee UPH Karawaci?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian di MAXX Coffee UPH Karawaci.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di MAXX Coffee UPH Karawaci.
3. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di MAXX Coffee UPH Karawaci.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat bagi penulis dan mahasiswa, manfaat-manfaat tersebut adalah:

1. Bagi Penulis:

Penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan yang telah didapatkan oleh penulis, serta sebagai bentuk penerapan dari ilmu-ilmu yang telah didapatkan sebelumnya.

2. Bagi Mahasiswa:

Penelitian ini diharapkan dapat membantu para mahasiswa lainnya dalam hal menjadi sumber referensi untuk penelitian-penelitian yang akan diadakan di masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas latar belakang penelitian, tujuan penelitian, rumusan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai landasan teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu, model penelitian, serta hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, desain operasional variabel, metode pengumpulan data, serta analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai pengolahan data dan analisisnya, validitas dan realibilitas data, serta pembuktian hipotesis penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran – saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.



