

1.2 Rumusan Masalah

Quoka Coffee merupakan salah satu kedai kopi di Kota Surabaya yang berusaha menarik konsumen dengan mengutamakan kualitas serta membidik konsumen yang menjadikan *hangout in cafe* sebagai gaya hidup. Akan tetapi, dengan banyaknya persaingan antara coffee shop di daerah tersebut menyebabkan konsumen lebih selektif dalam memilih coffee shop yang akan dituju. Oleh karena itu, setiap coffee shop harus memahami keinginan konsumen dalam pembelian kopi. Tingginya tingkat pertumbuhan coffee shop berpengaruh terhadap perubahan gaya hidup seseorang. Perubahan gaya hidup tersebut disebabkan karena adanya faktor perubahan sosial dalam masyarakat serta lingkungan, secara internal ataupun eksternal. Faktor secara internal antara lain pengalaman, kepribadian dan motif. Quoka Coffee merupakan salah satu kedai kopi yang terletak di jalan raya Ketintang Madya dan merupakan salah satu kedai kopi yang berkonsep *back to nature* atau *eco-friendly* (Ramah Lingkungan) dan perpaduan konsep Jepang sehingga tidak pernah sepi dikunjungi oleh konsumen dikarenakan keunikan terhadap konsep kedai yang digunakan.

Berbagai profitabilitas usaha yang didapatkan yang didapatkan oleh Quoka Coffee berjalan dengan baik, namun dengan tingkat persaingan yang tinggi sangat penting penting bagi Quoka Coffee untuk dapat mempertahankan kualitas produk dan pelanggan. Salah satu caranya, Quoka Coffee harus mampu memahami setiap sisi perilaku konsumen sehingga dengan mengenal dan memahami bagaimana perilaku konsumen, Quoka Coffee dapat mengetahui bagaimana keputusan pembelian terhadap produk yang dipilih konsumen dengan begitu Quoka Coffee akan mampu memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen

berdasarkan belajar, memilih, menggunakan, bahkan dalam mendisposisikan produk. Karena, fenomena yang mempengaruhi faktor-faktor dari konsumen datang ke Quoka Coffee ini berkaitan dengan perilaku konsumen itu sendiri. Proses psikologis dasar ini memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian.

Sehingga melalui hal tersebut, diperlukan analisis perilaku konsumen untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Quoka Coffee. Berdasarkan deskripsi tersebut penelitian yang telah dikemukakan, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen pada Quoka Coffee Surabaya?
2. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap Quoka Coffee Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen pada Quoka Coffee Surabaya
2. Menganalisis faktor produk, harga, pelayanan, tempat, *word of mouth*, dan motivasi konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap Quoka Coffee Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi semua pihak yang berkepentingan, terutama manajemen Quoka Coffee Surabaya sebagai referensi dalam merumuskan strategi pemasaran sesuai dengan penilaian dan harapan konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat

bermanfaat sebagai rujukan dan informasi dalam melakukan penelitian lanjutan.