

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Budaya minum kopi merupakan budaya yang sudah lama ada di Indonesia dan cukup digemari oleh masyarakat. Hal ini dilihat dari banyaknya jenis kopi dan cara pengolahan kopi, selain itu juga dapat dilihat dari banyak banyaknya kedai kopi yang kekinian, cafe, warung kopi maupun angkringan yang menyajikan dengan produk utama yakni kopi.

Kedai kopi atau *coffe shop* adalah tempat yang digemari oleh masyarakat mulai dari kalangan pelajar, mahasiswa, maupun pekerja. kedai kopi yang sederhana kini mulai berkembang dan melahirkan *coffe shop* dengan desain yang terlihat lebih menarik, *cozy* serta *fancy*. Dengan adanya persaingan yang ketat maka para pelaku usaha berlomba-lomba untuk menarik perhatian pelanggan, Sehingga harus ada sesuatu yang membuat beda dari para pesaing. salah satu cara yakni menampilkan store atmosphere yang kuat, maupun kreatif dan menyenangkan mulai dari tempat yang bisa dibuat mengerjakan tugas, yang tenang sekaligus hening, interior yang bagus dan menarik untuk bersua foto dan akan melakukan pembelian di *coffe shop* tersebut. Selain itu juga lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat membuat konsumen tertarik untuk datang untuk melakukan keputusan pembelian dan akan melakukan pembelian ulang apabila terkesan baik.

Tadakopi merupakan salah satu *coffe shop* yang lokasinya berada di Jl. Jambangan Kebon Agung, Kecamatan Jamabangan, Kota Surabaya. Tadakopi ini

berdiri pada tahun 2020. Tadakopi memiliki konsep minimalis dengan mengusung konsep kafe hijau dan selain itu mengusung konsep *advanture*. Konsep Tadakopi ini memberikan kesan yang *homy* namun tidak terlalu mewah. Untuk menarik konsumen Tadakopi berkerjasama dengan Steak Wagyu The Butcher yang terdapat pada sebelum pintu masuk Tadakopi dan area depan Tadakopi. Tadakopi mempunyai lahan parkir didepan kedai yang cukup sekitar menampung 10 motor dan mobil diarahkan untuk parkir di Taman Jambangan Indah II yang muat sekitar 2 mobil (Wawancara dari pemilik).

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Tadakopi**  
**2020 – 2022**

Keterangan	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
2020	-	-	-	Rp 7.812.000,-
2021	Rp 7.324.000,-	Rp 22.077.000,-	Rp 12.185.500,-	Rp 9.332.000,-
2022	Rp 7.107.400,-	Rp 11.699.00,-	Rp 9.220.000,-	-

(Sumber : Tadakopi)

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa penjualan di Tadakopi selama 2020 – 2022 mengalami fluktuasi, situasi ini mengakibatkan ada hal yang perlu diperhatikan oleh Tadakopi terhadap keputusan pembelian konsumen yang belum stabil. Pada triwulan II dan triwulan III 2021 mengalami peningkatan penjualan dikarenakan Tadakopi sering mengadakan *live music* setiap hari minggu dan melakukan promo minuman setiap harinya. Pada triwulan II dan triwulan III 2022 mengalami peningkatan penjualan dikarenakan Tadakopi mengikuti beberapa *event music* jepang di beberapa Mall Surabaya, sekaligus mengadakan event di Rooma

Tada. Pada triwulan III 2022 mengalami penurunan dari triwulan sebelumnya, dikarenakan Tadakopi melakukan renovasi berkala (Sumber : Tadakopi).

Menurut Yuni Lestari et al., (2021) bahwa *store atmosphere* atau suasana toko merupakan faktor yang dinilai dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap konsumen. Oleh karena itu *store atmosphere* sangat dibutuhkan di setiap *coffee shop* untuk menarik perhatian dan membuat nyaman para konsumen.

Lewat *store atmosphere* yang terencana oleh perusahaan, perusahaan akan mengomunikasikan data yang berkaitan dengan harga, layanan, serta persediaan produk dagangan yang memiliki sifat fashionable. *Store atmosphere cafe* yang baik akan menyebabkan konsumen melakukan tindakan keputusan pembelian . Sehingga *Coffee Shop Tadakopi* mengutamakan suasana atau *atmosphere* dalam meningkatkan penjualannya, karena jika suasana tempat nya baik maka konsumen akan merasa nyaman dan akan melakukan pembelian ulang. Namun pada kenyataannya ada beberapa masalah terkait *Store Atmosphere* di *Coffee Shop Tadakopi*. Dilihat dari *Google Review* pada *Coffee Shop Tadakopi* terdapat keluhan dari pelanggan yang mengatakan bahwa :

- Menurut Hendri Wijaya dalam *Google Review Coffe Shop Tadakopi* yakni kurangnya ruangan AC, sempitnya space ruang AC.
- Menurut Ulfa Latifah Hanum yakni dekatnya lokasi Tadakopi dengan jalan raya membuat terganggu dan juga terdapat asap dari The Butcher Wagyu Steak yang masuk ke Tadakopi.
- Menurut Sugara Bayu kurangnya alunan musik dari Coffe Shop Tadakopi.

Berdasarkan pengamatan peneliti memperoleh informasi dari pelanggan keluhan pelanggan mengenai banyaknya asap yang masuk ke dalam Tadakopi yang berasal dari asap pemanggang Steak Wagyu The Butcher. Selain itu juga renovasi yang bertahap membuat pelanggan sedikit terganggu dan menimbulkan banyak debu.

Menurut Yuni Lestari et al., (2021) bahwa lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha dengan tepat, apabila lokasi usaha yang telah ditetapkan kurang tepat sasaran, perusahaan tersebut belum bisa dikatakan dapat mencapai tujuan usaha yang efektif serta efisien. Oleh karenanya pelaku bisnis seharusnya dapat menentukan lokasi usaha yang strategis serta tepat dalam sasaran guna untuk mendorong konsumen dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan pengamatan oleh peneliti bahwa lokasi tadakopi dari pelanggan mengeluhkan bahwa lokasi tadakopi yang berada di dekat jalan raya, dapat membuat pelanggan merasa terganggu dengan suara bising kendaraan dan lokasi parkir yang sedikit sempit untuk kendaraan roda 2 karena parkir di trotoar jalan dan tidak tersedianya lahan parkir untuk kendaraan roda 4. Sehingga kendaraan roda 4 parkir di kompleks perumahan Jl. Taman Jambangan Indah II, yang dapat menghambat lalu lintas keluar penghuni kompleks. Selain itu juga tidak adanya tukang parkir untuk mengarahkan roda 4 parkir ke kompleks T Jl. Taman Jambangan Indah II dan tidak ada yang mengawasi kendaraan baik roda 2 maupun roda 4.

Berdasarkan permasalahan dan inkonsistensi penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffe Shop* Tadakopi”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tadakopi?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tadakopi?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang diambil peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *coffe shop* Tadakopi.
2. Untuk mengetahui Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *coffe shop* Tadakopi.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat yakni sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Dalam penelitian ini dapat menjadikan sebagai pembelajaran, menambah pengalaman ilmu pengetahuan dan sebagai penerapan dari materi-materi yang telah diperoleh dalam proses belajar mengajar saat kuliah, serta menjadi syarat kelulusan program sarjana.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak Coffee Shop Budaya Kopi mengenai Store Atmosphere dan lokasi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak lagi.

### 3. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan dan dapat menambah informasi untuk penelitian yang akan datang.