

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman dan perkembangan suatu negara yang melahirkan pemikiran manusia akan keinginan tidak menjadi sederhana lagi, sehingga struktur perekonomian secara bertahap mengalami perubahan dan bahkan belakangan ini perubahan tersebut tampak semakin cepat. Begitu pula perkembangan usaha cafe atau kedai yang ada di Indonesia sekarang ini meningkat begitu pesat. Jumlah dan lokasi usaha tersebut cenderung mengikuti pertumbuhan jumlah penduduk.

Setiap café bersaing untuk menarik pelanggan dan mempertahankan eksistensinya di pasar. Ketua Departemen *Specialty &* Industri BPP Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) Moelyono Soesilo mengatakan bahwa dalam 4 tahun terakhir perkembangan *cafe*, kedai kopi, dan restoran masih terbilang kuat, ditambah lagi konsumsi kopi orang Indonesia terus naik, yang pada awalnya kopi hanya dijadikan minuman biasa yang bisa diseduh sendiri di rumah (TEMPO.CO.2018).

Kelangsungan usaha café ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam memberikan pelayanan secara memuaskan terhadap kebutuhan konsumen. Selama dapat memenuhi kebutuhan serta memberikan kepuasan kepada konsumen, maka keberadaan usaha ini dapat dipertahankan.

Keputusan konsumen untuk membeli atau pun tidak terhadap suatu produk merupakan suatu tantangan dan masalah yang dihadapi oleh setiap Café. Hal tersebut menyangkut keberlangsungan usaha yang dijalankan, sehingga mendorong pengelola untuk dapat meningkatkan strategi pemasaran dan mengamati perilaku konsumennya agar nantinya konsumen mendapatkan pelayanan yang baik dan muncul kepercayaan dalam diri konsumen.

Memahami perilaku konsumen memang bukanlah perkara yang mudah, terlebih lagi setiap konsumen memiliki berbagai macam selera, harapan mengenai produk yang akan dibeli, suasana yang diperoleh, serta alasan untuk memilih suatu café sebagai tempat bermain, nongkrong atau mengerjakan tugas hingga pada akhirnya melakukan suatu keputusan pembelian. Café atau kedai harus berani tampil beda dan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan perusahaan lain.

Dalam fenomena ini ada banyak hal yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di café . Faktor yang perlu diperhatikan tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan ekonomi saja, karena dengan semakin ketatnya persaingan diantara cafe dan juga perubahan gaya hidup masyarakat, kebutuhan emosional seperti gengsi serta pengalaman yang menyenangkan perlu diperhatikan oleh pemilik maupun pegawai cafe dalam memberikan pelayanan dan nilai tambah bagi konsumennya.

Pesatnya pertumbuhan bisnis ritel tersebut memicu terjadi persaingan yang besar dalam mendapatkan pelanggan. Oleh karena itu, setiap retailer harus selalu melakukan inovasi agar dapat menarik minat beli konsumen. Menarik minat konsumen agar melakukan pembelian dapat dilakukan dengan cara

memberikan atmosphere yang menyenangkan bagi konsumen saat di dalam suatu tempat, karena konsumen yang senang diharapkan akan melakukan pembelian di dalam café tersebut.

Hal ini sesuai pendapat Sutisna (2011:64) bahwa suasana toko (*store atmosphere*) juga akan menentukan citra toko itu sendiri. Jika toko dilengkapi dengan pengaturan ruangan yang nyaman, penyejuk udara, dan artistik penggunaan warna cat dinding yang sejuk, semuanya menunjukkan adanya suasana toko yang berkelas. Dengan demikian Suasana Toko (*Store Atmosphere*) yang nyaman dapat menjadi sarana komunikasi yang positif, menguntungkan dan memperbesar peluang untuk mempengaruhi minat beli konsumen

**Gambar 1.1**

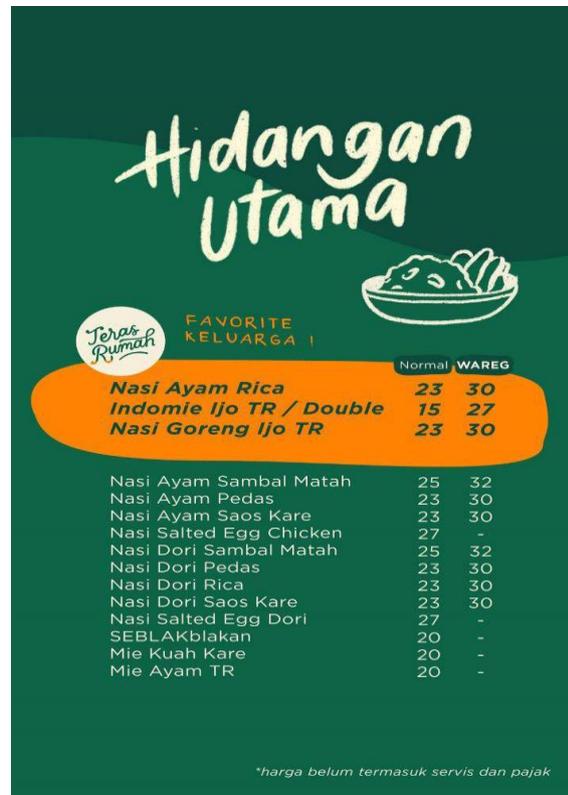
**Menu Minuman di Teras Rumah Café**

	Normal	GRANDE
<b>Es Thai Tea Latte</b>	<b>15</b>	<b>18</b>
<b>Es SEGERWARAS</b>	<b>15</b>	-
<b>Es SEGERMERAH</b>	<b>15</b>	-
<b>Es Milo DINOSAURUS</b>	-	<b>28</b>
Es Milo STRONGGGI	18	-
Milo STRONGGGI Hangat	18	-
TEHGILA Sunrise	15	-
Es Green Tea Latte	15	18
Es Lychee Tea	15	18
Es Taro Latte	18	22
Es Lemon Tea	8	11
Es Teh Manis	7	10
Es Teh Tawar	7	10
Teh Manis Hangat	7	10
Teh Manis Tawar	7	10
Air Mineral	6	-

\*harga belum termasuk servis dan pajak

Gambar 1.2

## Menu Makanan di Teras Rumah Cafe



	Normal	WAREG
<b>Nasi Ayam Rica</b>	<b>23</b>	<b>30</b>
<b>Indomie Ijo TR / Double</b>	<b>15</b>	<b>27</b>
<b>Nasi Goreng Ijo TR</b>	<b>23</b>	<b>30</b>
Nasi Ayam Sambal Matah	25	32
Nasi Ayam Pedas	23	30
Nasi Ayam Saos Kare	23	30
Nasi Salted Egg Chicken	27	-
Nasi Dori Sambal Matah	25	32
Nasi Dori Pedas	23	30
Nasi Dori Rica	23	30
Nasi Dori Saos Kare	23	30
Nasi Salted Egg Dori	27	-
SEBLAKblakan	20	-
Mie Kuah Kare	20	-
Mie Ayam TR	20	-

\*harga belum termasuk servis dan pajak

Selain *store atmosphere* harga merupakan variabel yang sangat penting sehubungan dengan bisnis ritel yang semakin ketat. Harga produk yang murah dan terjangkau dengan daya beli konsumen akan mempengaruhi keputusan konsumen tersebut. Menurut Fristiana (2011:2) bahwa harga yang terjangkau akan lebih meningkatkan keinginan konsumen untuk selalu membeli produk yang ditawarkan. Disamping harga yang terjangkau oleh konsumen, harga memiliki peran pada persepsi pembeli, yaitu pengorbanan, nilai dan keinginan untuk membeli (Assauri, 2012:194). Keputusan penetapan harga sangat penting karena pelanggan cenderung mencari nilai barang ketika mereka membeli barang dagangan. Nilai adalah hubungan antara apa yang diperoleh pelanggan dan apa yang harus dia bayar untuk mendapatkan manfaat barang tersebut.

Harga yang relatif murah dengan tempat yang nyaman menjadi salah satu favorit untuk anak muda dan masyarakat sekarang ini. Di samping itu sebagian konsumen akan terlebih dahulu mengenali beberapa toko untuk mendapatkan informasi terkait apa saja yang di tawarkan oleh masing-masing toko. Setelah mengetahuinya, maka konsumen akan menentukan toko yang diminati untuk akhirnya melakukan pembelian. Seperti yang diterangkan oleh Sukmawati dan Suyono dalam Annafik dan Rahardjo (2012:2), bahwa minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian.

Café Teras Rumah menjual aneka camilan, makanan, dan juga minuman. Harga yang ditawarkan terjangkau sesuai dengan daya beli masyarakat dan juga bagi mahasiswa. Banyak mahasiswa yang datang mengunjungi café ini biasanya dipakai untuk rapat organisasi, nongkrong, ataupun mengerjakan tugas kuliah. Letak café ini terhitung dekat dengan kampus dan juga banyak saingan saingan café / tempat nongkrong lain yang harga dan suasana nya bermacam macam sesuai dengan kebutuhan.

Dari uraian yang disampaikan di dalam latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul

**“Pengaruh Suasana Toko Dan Harga Terhadap Minat Beli konsumen pada Teras Rumah Cafe Surabaya”.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diungkap dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah Store Atmosphere dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Teras Rumah Cafe Surabaya ?
- b. Apakah Store Atmosphere secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Teras Rumah Cafe Surabaya ?
- c. Apakah Harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Teras Rumah Café Surabaya ?

## 1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh Store Atmosphere dan Harga terhadap Minat Beli pada Teras Rumah Café surabaya
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli pada Teras Rumah Café surabaya
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh Harga terhadap Minat Beli pada Teras Rumah Café Surabaya

#### 1.4 Manfaat Penelitian

a) Secara Teoritis

Diharapkan dapat bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan Store Atmosphere dan Harga yang dilakukan dengan harapan penulis mampu mengembangkan dan mengkaji ilmu pengetahuan khususnya mengenai Store Atmosphere dan harga

b) Secara Praktis

Terkait hasil penelitian ini, data dan informasi serta hasil yang diperoleh diharapkan dapat bermanfaat atau berguna untuk berbagai pihak, terutama :

1. Penelitian ini merupakan sarana untuk menambah pengetahuan serta wawasan dalam pengembangan ilmu-ilmu yang dipelajari selama perkuliahan.
2. Sebagai bahan dan dasar bagi penelitian selanjutnya khususnya meneliti tentang Suasana Toko, Harga dan Minat Beli.
3. Bermanfaat dalam pembelajaran dan penelitian serta sebagai alat pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi.