

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di era masa kini berkembang dengan sangat pesat dan menyebar dimana- mana dengan berbagai konsep dan ide-ide yang dibuat untuk bisa menarik dan memikat pelanggan. Hal ini mengakibatkan adanya perubahan pada pola dan cara pesaing dalam mempertahankan bisnisnya secara masing-masing. Oleh sebab itu setiap pelaku usaha dituntut harus memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan dunia bisnis yang terjadi di sekitarnya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk dapat menarik minat beli agar usaha dapat berjalan dengan berhasil. Cara yang dilakukan untuk mencapai suatu keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya adalah dengan kegiatan pemasaran. Di masa kini banyak sekali jenis industri yang ada salah satunya adalah industri kuliner yang terlihat terus berkembang dan bahkan bisa dikatakan sedang booming. Ferdiani (2020) menjelaskan bahwa bisnis dibidang kuliner menjadi salah satu bisnis yang banyak dijalankan oleh pelaku usaha hingga saat ini. Milenianews (2019) juga mengatakan bahwa bisnis kuliner merupakan bisnis yang tidak ada matinya.

Melihat kondisi tersebut Sanusi (2020) mengatakan bahwa bisnis waralaba tahun ini akan banyak didominasi oleh sektor usaha dalam penyajian makanan dan juga minuman (*food service*) khususnya seperti usaha coffee shop yang akhir akhir ini perkembangannya sedang banyak diminati oleh masyarakat dari kalangan bawah sampai kalangan atas, dari mulai pelajar , mahasiswa, pekerja kantoran, anak anak, dan ibu rumah tangga. Di Indonesia

coffee shop biasa disebut dengan warung kopi atau kedai kopi, coffee shop mulai hadir di tengah-tengah kita mulai dari pelosok desa hingga dipusat perkotaan. Menurut Maulidi (2017) menyatakan kedai kopi dapat dipahami sebagai kedai kopi kecil atau restoran kecil yang biasanya memiliki tempat nongkrong dan mengobrol di mana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Kafe adalah salah satu jenis restoran namun mengutamakan hiburan dan kenyamanan pengunjung dengan menyediakan tempat duduk yang nyaman dan sedikit musik.

Istilah *cafe* berasal dari bahasa perancis yang secara harafiah artinya kopi, namun digunakan sebagai tempat sebagai nama tempat dimana orang-orang berkumpul atau sekedar bersantai dan beraktivitas. Seiring perkembangan jaman, *cafe* bukan hanya menyediakan kopi, tetapi juga minuman lain dan juga makanan ringan. *Cafe* biasanya tidak menyediakan menu makanan utama namun hanya menyediakan makanan dan juga minuman ringan sebagai menu hidangan dan ada juga yang menyediakan hiburan bagi pengunjung yang datang (Maulidi,2017).

Keberadaan *coffee shop* juga dipengaruhi oleh gaya hidup (*life style*) millennial kekinian dengan sebutan zaman *now* baik itu generasi *old* dan juga generasi muda yang menjadikan *cafe* sebagai tempat yang dipilih untuk berkumpul bersama untuk sekedar bersosialisasi dengan pokok bahasan yang beragam seperti mulai dari membicarakan tugas kuliah dan pekerjaan, membahas proyek bisnis dan politik dengan santai dan informal atau sekedar mengadakan pertemuan pekerjaan dengan harga yang ramah kantong, lokasi yang mudah dikunjungi dan kualitas pelayanan yang baik.

Faktor, harga, dan lokasi dan kualitas pelayanan merupakan beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen saat akan membeli suatu produk. Dalam menjalankan bisnis baik bisnis yang berupa jasa maupun barang. Harga merupakan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan harga juga sedemikian penting dalam menentukan sejauh mana layanan atau jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam membangun citra. Penetapan harga oleh perusahaan itu sendiri harus disesuaikan oleh lingkungan dan perubahan yang terjadi dimana persaingan usaha semakin ketat seiring dengan perkembangan jaman. Fadilah (2018) menyatakan harga merupakan komponen penting dalam pemasaran karena *fleksibel* dan sewaktu-waktu mengalami perubahan, harga yaitu sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh konsumen sebagai bayaran atas manfaat menggunakan produk atau layanan.

Beberapa strategi dalam pemasaran lain yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah lokasi yang juga merupakan faktor kesuksesan yang paling berperan menjadi pertimbangan oleh konsumen dalam mempengaruhi minat beli. Menurut Nur (2021) Lokasi adalah di mana bisnis beroperasi dan di mana ia berniat untuk menghasilkan barang atau jasa yang menekankan aspek ekonominya. Memilih lokasi yang ramai atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan bisnis yang menguntungkan bagi siklus hidup perusahaan. Untuk memaksimalkan keuntungan toko ataupun tempat usaha harus bertempat yang berlokasi strategis dan mudah diakses oleh pelanggan dan juga dekat dengan pusat kota, (Sandira et al., 2021).

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan juga minuman. Kualitas pelayanan juga memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen , jika suatu usaha memiliki kualitas pelayanannya baik atau memuaskan maka konsumen akan membeli dan kemungkinan akan datang kembali dan melakukan pembelian yang berulang-ulang untuk membeli produk yang ditawarkan. Kualitas pelayanan menjadi hal yang penting bagi konsumen saat makan di cafe. Cafe tidak hanya menekankan pada kualitas makanan dan minuman saja sebagai produk utamanya , namun juga menawarkan pelayanan dari waiters yang berkompeten dan memiliki kemampuan melayani dengan ramah serta membantu memenuhi kebutuhan konsumen. Maka dari itu setiap pengusaha harus memiliki pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan kepada konsumen bisa menjadi alat ukur tingkat kinerja yang dicapai oleh pengusaha. (Sri, 2017)

Usaha bisnis cafe sudah mulai menjamur di indonesia tidak terkecuali di Lamongan memiliki banyak subyek coffee shop yang beraneka ragam jenisnya. Ada banyak kedai kopi di kota Lamongan mulai dari kedai kopi yang mengusung konsep yang sederhana sampai kedai kopi yang mengusung tema modern. Salah satunya terdapat salah satu coffee shop yakni Welijo kafe adalah salah satu coffee shop yang cukup digemari di kota Lamongan. Berbagai jenis makanan dan juga minuman dijual dengan harga yang bervariasi, tempat yang nyaman dengan rasa makanan dan minuman yang lezat menjadikan salah satu tujuan pelanggan dari semua kalangan dan berbagai usia. Welijo perlu mempertahankan minat beli konsumen untuk menjaga keberlangsungan bisnisnya karena pesaing yang semakin banyak. Welijo merupakan salah satu

kafe yang paling memenuhi berbagai kebutuhan konsumen dalam berbagai pelayanan. Keunggulan dalam memberikan konsep, pelayanan, makanan, minuman dan lokasi serta masih banyak hal lain yang menarik minat konsumen menjadi salah satu kelebihan dari kafe ini dan menawarkan harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkannya..

Kini coffee shop Welijo benar benar dapat mendongkrak kemajuan perbisnisan coffee shop. Pengunjung yang tetap ramai walaupun bukan musim liburan menjadikan Welijo menjadi coffee shop dengan pengunjung terbanyak didaerah Lamongan dari awal berdiri sampai sekarang, terlihat dari tabel data pengunjung selama 3 bulan terakhir yaitu bulan juli – agustus 2022 yang bisa dilihat sebagai berikut



Gambar 1.1 Jumlah pengunjung Welijo  
*Sumber welijo kafe 2022*

Dari tabel berikut diketahui Welijo pada 3 bulan terakhir mengalami kenaikan pengunjung setiap bulannya secara signifikan, diketahui bahwa Welijo setiap bulan rata-rata pengunjungnya yaitu 2300 pengunjung setiap bulannya dan mengalami kestabilan jumlah pengunjung sehingga hal ini juga mempengaruhi pendapatan penjualan.

Dari latar belakang masalah tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen. Sehingga peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA WELIJO COFFEE SHOP”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada konsumen di Welijo Coffee Lamongan?.
2. Apakah variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada konsumen di Welijo Coffee Lamongan?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada konsumen di Welijo Coffee Lamongan?
4. Apakah harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pada konsumen di Welijo Coffee Lamongan?
5. Diantara harga, lokasi dan kualitas pelayanan manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Welijo Coffee Lamongan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada konsumen di Welijo Coffee Lamongan.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada konsumen di Welijo Coffee Lamongan.

3. Untuk mengetahui adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada konsumen di Welijo Coffee Lamongan.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pada konsumen di Welijo Coffee Lamongan.
5. Untuk mengetahui manakah antara variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen di Welijo Coffee Lamongan.

### **1.3 Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan masukan tentang pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli. Kegunaan penelitian ini secara teoritis dan praktis yaitu :

1. Kegunaan Teoritis:

Untuk pengembangan ilmu pemasaran yang telah dipelajari, tentang pemasaran jasa dan khususnya mengenai masalah harga, lokasi dan kualitas pelayanan, pengaruhnya terhadap minat beli.

2. Kegunaan Praktis :

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami harapan konsumen dengan lebih baik dan dapat menentukan kebijakan dan strategi yang berkaitan dengan harga, lokasi dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam memuaskan pelanggan.