

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Cafe atau kafe pada zaman modern ini menjadi salah satu tempat yang semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Semakin berkembangnya gaya hidup masyarakat dan bervariasinya kebutuhan konsumen akan sesuatu serta diikuti kreatifitas dan kemauan para pembuat kafe untuk menyediakan serta memenuhi kebutuhan masyarakat, hal ini menimbulkan kemudahan untuk para konsumen dalam menemukan tempat bersantai berbentuk kafe. Adanya kemauan para pelaku bisnis dalam memenuhi kebutuhan konsumen, dalam hal ini pemerintah memudahkan para pelaku bisnis yang mengalami kendala pada modal berbentuk uang untuk mendapatkan pinjaman melalui bank berdasarkan pada peraturan Bank Indonesia nomor 17/12/PBI/2015 Pasal 2 ayat (1) Bank Umum wajib memberikan Kredit atau Pembiayaan UMKM.

Hal ini mengakibatkan terjadinya persaingan antara pelaku bisnis dalam membangun usaha yang diinginkan konsumen karena adanya kemudahan dari pemerintah dalam hal pemberian kredit dan pembiayaan usaha untuk menunjang pertumbuhan ekonomi pada suatu daerah. Pertumbuhan ekonomi saat ini terlihat dalam minat para kosumen pada kafe yang menyebabkan berkembangnya usaha berbentuk kafe ini pada suatu daerah, semakin maraknya persaingan yang terjadi pada usaha kafe ini membuat para pemilik kafe termotivasi membuat strategi-strategi untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian pada kafe

miliknya. Strategi yang umum digunakan oleh para pemilik kafe dalam menarik konsumen dengan cara membuat dekorasi kafe mengikuti *trendy* yang sedang diminati masyarakat, membuat inovasi pada setiap produk, dan membuat suasana kafe sesuai dengan yang diinginkan para konsumen seperti menyediakan hiburan berbentuk musik serta meningkatkan pelayanan kepada para konsumen.

Cafe atau kafe pada umumnya merupakan suatu usaha dibidang makanan dan minuman yang dikelola secara praktis dengan menawarkan tingkat pelayanan bagi para konsumen secara menyeluruh dan ramah. Dalam hal kafe ternyata tempat ini selain untuk tempat bersantai, kafe juga banyak memberikan manfaat bagi para pengunjung yang datang diantaranya sebagai tempat untuk menghilangkan kejenuhan dan kelelahan yang dialami oleh konsumen, kafe juga dapat menciptakan suasana yang damai dan ramai bagi para konsumen, kafe juga bisa dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas, juga sebagai tempat untuk bercanda gurau bersama teman dan menemukan teman-teman baru, serta kafe dapat memberikan suatu kenyamanan bagi para pengunjung dari suasana yang disediakan oleh kafe tersebut. Berdirinya suatu kafe dapat menjadi tanda sebagai salah satu bentuk pertumbuhan ekonomi yang sedang terjadi di suatu daerah, juga memberikan manfaat sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi para pencari kerja.

Dalam hal penjualan sebuah kafe sangat dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan serta terdapat faktor lain berupa perubahan gaya hidup disetiap konsumen yang sangat terlihat pada kaum anak muda dimana hampir pada setiap aktivitas dan kesibukannya hanya menghabiskan waktu, berkumpul bersama

teman dan menghabiskan energi untuk bersantai menghilangkan kepenatan. Mereka pasti akan mencari tempat yang cocok atau sesuai dengan keinginan dan gaya hidup mereka, salah satu tempat yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka tersebut adalah kafe atau *cafe*. Hal ini yang membuat timbulnya persaingan antara pemilik kafe dalam hal meningkatkan penjualan dan membuat konsumen tersebut loyal terhadap kafe miliknya.

Pada Kecamatan Parittiga telah berdiri beberapa kafe yang menjadi pilihan dan tujuan setiap masyarakat Parittiga. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai nama dan alamat setiap kafe yang ada di Kecamatan Parittiga yang tercantum dalam tabel dibawah ini.

Tabel I.1 Daftar Kafe pada Kecamatan Parittiga Tahun 2017

No.	Nama	Alamat
1.	VG House	Jl pasar parittiga
2.	Kedai Kopi 74	Jl pasar parittiga
3.	<i>Koffie Racer</i> Parittiga	Jl pasar parittiga desa puput bawah
4.	Kedai Kopi Nusantara	Jl komplek timah desa bukit lintang
5.	5M Coffe	Jl desa kampung baru kec parittiga

Sumber: data diolah peneliti tahun 2017

Berdasarkan tabel I.1 diatas, pada Kecamatan Parittiga di tahun 2017 telah ada 5 (lima) kafe yang telah berdiri. Sehingga para konsumen dapat bebas memilih kafe mana yang diinginkan dan cocok dengan minat untuk memenuhi setiap kebutuhan dan keinginannya.

Pada Kecamatan Parittiga kebanyakan masyarakat melihat sisi produk atau tempat apakah produk atau tempat tersebut memberikan manfaat setelah melakukan pembelian, hal ini didukung oleh teori minat beli menurut Howard dalam Sutantio (2004 : 256) dalam Darlina Yunia Sari, sasongko, Didik Eko

Julianto (2013) yang menyebutkan *intention to buy* sebagai pernyataan yang berkaitan dengan batin yang mencerminkan dari pembeli suatu merek tertentu dalam suatu periode waktu tertentu. Minat beli biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain gaya hidup, cita rasa, dan kualitas pelayanan.

Pada faktor gaya hidup di masyarakat Kecamatan Parittiga, menunjukkan pola hidup yang selalu dicerminkan melalui kegiatan apa yang mereka lakukan, sebagian besar masyarakat Parittiga mempunyai kebiasaan bersantai pada kafe untuk mengisi waktu kosong disetiap harinya dan mereka pasti mempunyai pendapat terhadap kafe mana yang menurut mereka dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Hal ini berkaitan dengan pendapat Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2009 : 175) mendefinisikan gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia kehidupan yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapat.

Cita rasa menurut Drummond KE & Brefere LM (2010) dalam Darlina Yunia Sari, Sasongko, Didik Eko Jullianto (2013) cita rasa adalah atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Teori tersebut menggambarkan bahwa cita rasa digambarkan melalui beberapa atribut yang membuat makanan dan minuman mempunyai ketertarikan untuk membelinya. Pada realisasi ditunjukkan pada masyarakat Parittiga yang melakukan pembelian pada *Koffie Racer* Parittiga, setiap konsumen yang melakukan pembelian selalu memesan setiap menu sesuai dengan apa yang disajikan oleh kafe dan ada sebagian diantara para konsumen yang menginginkan menu yang mereka pesan sesuai dengan keinginan mereka dengan maksud rasa menu yang mereka pesan berdasarkan permintaan yang mereka lakukan ketika memesan.

Kualitas pelayanan menurut Waldi & Santosa (2010 : 10) dalam Darlina Yunia Sari, Sasongko, Didik Eko Jullianto (2013) mengatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan. Dari teori diatas kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat keunggulan yang berarti kualitas pelayanan yang mempunyai keunggulan dalam memelihara pelanggan agar tetap loyal terhadap suatu tempat. Dalam hal kualitas pelayanan pada masyarakat Parittiga sesuai dengan pengamatan yang telah dilakukan peneliti saat pra survei pada *Koffie Racer* Parittiga menunjukkan bahwa konsumen menginginkan tingkat dan kualitas suatu pelayanan yang sangat baik untuk mereka, dalam hal ini pihak kafe selalu melakukan inovasi dari setiap pelayanan yang mereka lakukan terhadap setiap konsumen yang datang dengan tujuan agar pelayanan yang mereka berikan dapat memenuhi keinginan konsumen. Oleh sebab itu pimpinan kafe *Koffie Racer* Parittiga menyebutkan bahwa setiap pelayanan yang dilakukan belum tentu konsumen akan puas dan terpenuhi keinginannya karena setiap pelayanan yang kami berikan pasti memiliki kekurangan sebab keinginan setiap konsumen yang berbeda-beda.

Pada masyarakat Kecamatan Parittiga memiliki minat beli yang besar akan produk di kedai sebagaimana telah dijelaskan diatas, dalam hal minat beli konsumen pada kafe terutama pada *Koffie Racer* Parittiga dapat dilihat dari penjualan *Koffie Racer* Parittiga dibawah ini, berdasarkan wawancara yang peneliti dengan pimpinan kafe yang memberikan data penjualan sebagai berikut :

Tabel I.2 Volume Penjualan Koffie Racer Parittiga 2016

Bulan	Penjualan
Agustus	Rp. 19.819.000
September	Rp. 18.241.000
Oktober	Rp. 19.463.000
November	Rp. 18.204.000
Desember	Rp. 17.838.000
Total	Rp. 93.565.000
Rata-rata	Rp. 18.713.000

Sumber : volume penjualan Koffie Racer Parittiga, diolah peneliti 2017

Berdasarkan tabel I.2 diatas, penjualan *Koffie Racer Parittiga* pada bulan agustus memiliki total penjualan sebesar 19.819.000, pada bulan september mengalami penurunan hingga 18.241.000, pada bulan oktober mengalami kenaikan hingga 19.463.000, kemudian pada bulan november mengalami penurunan hingga 18.204.000, dan pada bulan desember mengalami penurunan hingga 17.838.000, dengan penjualan total sebesar Rp. 93.565.000 dan rata-rata penjualan dari bulan agustus hingga desember sebesar Rp. 18.713.000. Naik turunnya volume penjualan *Koffie Racer Parittiga* disebabkan oleh harga timah yang tidak stabil pada Kecamatan Parittiga sehingga mengakibatkan permintaan masyarakat akan sesuatu menjadi menurun.

Dilihat dari data volume penjualan, *Koffie Racer Parittiga* memiliki rata-rata pengunjung yang datang sebagai berikut.

Tabel I.3 Rata-Rata Pengunjung Koffie Racer Parittiga

Bulan	Rata-rata Pengunjung
Agustus	700 orang
September	600 orang
Oktober	650 orang
November	625 orang
Desember	550 orang
Total	3125 orang
Rata-Rata Perbulan	625 orang

Sumber : diolah peneliti 2017

Dari tabel I.3 diatas, bahwa *Koffie Racer* Parittiga memiliki pengunjung rata-rata 625 orang konsumen perbulan. Data tersebut didapatkan dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada pemilik kafe *Koffie Racer* Parittiga dan peneliti telah mengamati selama kurang lebih satu bulan jumlah minimum pengunjung perhari sebanyak 20 orang.

Pada kafe *Koffie Racer* Parittiga terdapat beragam macam produk makanan dan minuman yang memiliki variasi tampilan berbeda serta menarik. Berdasarkan pra survei yang telah dilakukan peneliti, peneliti mendapatkan daftar menu yang disajikan oleh *Koffie Racer* Parittiga sebagai berikut.

Tabel I.4 Daftar Menu Produk *Koffie Racer* Parittiga 2017

Makanan	Minuman	
pisang bakar keju	Sparkle edition	Hot coffee
Pisang bakar coklat	Red jenggo	Kopi o
Pisang bakar coklat keju	Blue ocean	Kopi o susu
Roti bakar coklat	Mojito mint	Kopi tokak mentok
Roti bakar keju		Kopi semendo robuata
Roti bakar coklat keju	Varian es	Kopi semendo arabika
Roti bakar abon	Es kopi	Kopi aceh gayo
Roti bakar sambal lingkung	Es kopi susu	Kopi java robuata
Pizza indomie	Es teh manis	Kopi java arabika
Kentang goreng ori	Es teh tawar	Kopi flores bhajawa
Kentang goreng balado	Es teh susu	Kopi bali kintamana
Indomie telur kornet rebus	Es milo	Kopi toraja sapan
Indomie telur kornet goreng	Es susu soda	Cafe latte
Indomie pedas cafe racer	Es susu jahe	
Indomie goreng	Es lemon tea	Hot drink
Indomie rebus	Es jeruk kunci	Susu jahe
Indomie double	Cappuccino	Creamy choco
	Oplo cappuccino	Milo
	Choco oreo	Lemon tea
	Choco hazelnut	Teh
	Choco mint	Teh hijau
	Choco vanilla	Jeruk kunci
	Chocolate	Cappuccino
	Creamy choco	
	Taro	
	Matcha taro	
	Vanilla	
	Green tea latte	
	Orange	
	Avocado	

Sumber: diolah peneliti 2017

Berdasarkan tabel I.4 diatas, terdapat banyak produk yang dijual oleh Koffie Racer Parittiga yang membuat para pembeli bebas untuk memilih produk berdasarkan keinginan dan kebutuhan mereka. Dari wawancara kepada pimpinan *Koffie Racer* Parittiga, peneliti mendapatkan hasil bahwa produk dari menu yang banyak terjual dari bagian makanan adalah indomie dan pada bagian minuman adalah kopi o.

Berdasarkan pra survei yang telah dilakukan peneliti berupa penyebaran angket berisi kuesioner tentang variabel yang ingin peneliti gunakan terhadap objek kepada 15 orang responden sebagai berikut :

Tabel I.5 Daftar Pernyataan Pra Survei kepada 15 Responden 2017

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Gaya Hidup						
1.	Berkunjung ke <i>koffie racer</i> parittiga karena saya ingin berkumpul bersama teman-teman saya.	0%	20%	47%	33%	0%
2.	Berkunjung ke <i>koffie racer</i> parittiga karena saya punya pendapat yang baik tentang <i>koffie racer</i> parittiga.	0%	20%	60%	20%	0%
Cita Rasa						
3.	Rasa dari menu yang disajikan <i>koffie racer</i> parittiga selalu sama saat saya berkuunjung.	0%	13%	60%	27%	0%
4.	<i>Koffie racer</i> parittiga memiliki menu yang mempunyai aroma khas pada mmenu yang disajikan.	0%	20%	60%	20%	0%
Kualitas Pelayanan						
5.	Karyawan <i>koffie racer</i> parittiga memiliki kemampuan dalam mengolah makanan dan minuman yang disajikan.	0%	20%	67%	13%	0%
6.	<i>Koffie racer</i> parittiga tidak membuat saya menunggu lama atas menu yang saya pesan.	0%	13%	47%	40%	0%
Minat Beli						
7.	Saya berkeinginan melakukan pembelian ulang di <i>koffie racer</i> parittiga.	0%	7%	60%	33%	0%
8.	Saya berminat membeli di <i>koffie racer</i> parittiga ini karena sebelumnya saya sudah mengetahui keunggulan dari tempat ini.	0%	13%	67%	20%	0%

Sumber : diolah peneliti 2017

Menurut hasil pra survei pada tabel I.5, dapat dilihat bahwa pada butir pernyataan 1, responden menjawab setuju sebanyak 20 persen, menjawab netral sebanyak 47 persen, menjawab tidak setuju sebanyak 33 persen. Pada butir pernyataan 2, responden menjawab setuju sebanyak 20 persen, menjawab netral sebanyak 60 persen, menjawab tidak setuju sebanyak 20 persen. Pada butir pernyataan 3, responden menjawab setuju sebanyak 13 persen, menjawab netral sebanyak 60 persen, menjawab tidak setuju sebanyak 27 persen. Pada butir pernyataan 4, responden menjawab setuju sebanyak 20 persen, menjawab netral sebanyak 60 persen, menjawab tidak setuju sebanyak 20 persen.

Kemudian pada butir pernyataan 5, responden menjawab setuju sebanyak 20 persen, menjawab netral sebanyak 67 persen, menjawab tidak setuju sebanyak 13 persen. Pada butir pernyataan 6, responden menjawab setuju sebanyak 13 persen, menjawab netral sebanyak 47 persen, menjawab tidak setuju sebanyak 40 persen. Pada butir pernyataan 7, responden menjawab setuju sebanyak 7 persen, menjawab netral sebanyak 60 persen, menjawab tidak setuju sebanyak 33 persen. Pada butir pernyataan 8, responden menjawab setuju sebanyak 13 persen, menjawab netral sebanyak 67 persen, menjawab tidak setuju sebanyak 20 persen.

Dari data-data yang telah disampaikan dan Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan peneliti diatas, peneliti termotivasi untuk mengajukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada *Koffie Racer* Parittiga Kabupaten Bangka Barat”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penelitimengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran variabel gaya hidup, cita rasa,kualitas pelayanan, danminat belipada konsumen di *Koffie Racer* Parittiga?
2. Apakah gaya hidup mempengaruhi minat belikonsumen di *Koffie Racer* Parittiga?
3. Apakah cita rasa mempengaruhiminat belikonsumen di *Koffie Racer* Parittiga?
4. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli konsumen di *Koffie Racer* Parittiga?
5. Apakah gaya hidup, cita rasa, dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi minat beli di *Koffie Racer* Parittiga?

1.3. Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumendi *Koffie Racer* Parittiga saja.
2. Responden yang diteliti adalah konsumen yangmelakukan pembelian di*Koffie Racer* Parittiga saja.
3. Variabel yang diteliti terbatas pada gaya hidup, cita rasa,kualitas pelayanan serta minat beli.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran variabel gaya hidup, cita rasa, kualitas pelayanan, dan minat beli pada konsumen di *Koffie Racer* Parittiga.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap minat beli konsumen di *Koffie Racer* Parittiga.
3. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap minat beli konsumen di *Koffie Racer* Parittiga.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di *Koffie Racer* Parittiga.
5. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, cita rasa, dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) terhadap minat beli konsumen di *Koffie Racer* Parittiga.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya tentang minat beli setiap konsumen serta dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis berkaitan dengan gaya hidup, cita rasa, dan kualitas pelayanan serta dapat memperdalam ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu dengan memberikan masukan pada pemilik kafe dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan minat dan permintaan konsumen.

3. Manfaat kebijakan

a. Melalui penelitian ini, diharapkan peneliti dapat memberikan manfaat dan kontribusi pemikiran pada Perusahaan yang diteliti agar dapat menjadi masukan bagi perusahaan serta menjelaskan mengenai gaya hidup, cita rasa dan kualitas layanan terhadap minat beli.

b. Penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan sumbangan yang dapat menambah perbendaharaan dan pengetahuan dibidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran.

c. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan informasi bagi perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan

Pembuatan proposal ini dibagi dalam beberapa bagian dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang deskripsi mengenai konsep teoritis dari permasalahan yang diteliti yaitu gaya hidup, cita rasa, kualitas pelayanan dan minat beli, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang deskripsi mengenai pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, variabel yang diteliti, definisi operasional variabel, pengukuran variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, karakteristik responden, hasil penelitian dan analisis data, hasil uji asumsi klasik, hasil uji normalitas, hasil uji multikolinearitas, hasil uji heteroskedastisitas, hasil uji analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, hasil uji koefisien determinasi dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penguraian tentang kesimpulan yang memuat rangkuman hasil analisis berdasarkan rumusan masalah dan pembahasan pada bab sebelumnya untuk menjawab masalah penelitian dan juga saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN