

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan industri jasa di negara-negara maju berkembang dengan pesat, begitu pula di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat, maka kebutuhan konsumsi barang-barang selain kebutuhan dasar seperti makanan pokok, pakaian dan perumahan juga meningkat. Begitu juga dengan kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Berbagai macam bidang usaha berkembang di Indonesia, seperti bisnis *property*, bisnis dibidang *event organizer*, bisnis dibidang *tour* dan *travel* dan yang paling banyak ditemui adalah bisnis di bidang kuliner.

Dalam perkembangannya, kelangsungan hidup dan pertumbuhan dari suatu bisnis tidak hanya di tentukan dari pengelolaan uang, namun juga ditentukan bagaimana suatu bisnis tersebut sanggup memenuhi apa yang diinginkan konsumen, karena permintaan konsumen beraneka ragam dan berubah-ubah. Bisnis kuliner akhir-akhir ini sedang menunjukan perkembangan yang pesat. Perkembangannya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti demografi, tingkat ekonomi yang meningkat serta gaya hidup masyarakat.

Gaya hidup dalam pemasaran menunjukkan bahwa penggolongan individu kedalam suatu kelompok berdasarkan atas aktivitas apa yang mereka lakukan, bagaimana mereka menghabiskan waktu, dan bagaimana mereka memilih untuk memanfaatkan penghasilan. Menurut Kotler (2007: 224) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Perkembangan zaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah, karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya sering mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, bertemu klien, atau hanya sekedar bersantai ditengah untuk kesibukan mereka.

Cafe merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih. *Cafe* dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Tidak heran bila para pengunjung *cafe* bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada di sana. Selain terlibat perbincangan santai, sebagian pengunjung juga menggunakan *cafe* sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Hadirnya fenomena ini membuka peluang yang menjanjikan bagi para pengusaha sehingga muncul lah *cafe-cafe* yang banyak menawarkan konsep-konsep yang menarik dan kreatif, mulai dari *interior* maupun *exterior* nya. Selain tempat yang nyaman, banyak juga fasilitas-fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen seperti fasilitas *hotspot* atau *wifi*, *live music*, maupun berbagai *games*, dimana konsumen bukan hanya sekedar menikmati hidangan sekaligus dapat

menikmati fasilitas-fasilitas yang ditawarkan. Fasilitas adalah sarana atau prasarana yang dapat mempermudah dan memperlancar suatu usaha. Fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas dapat mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktifitas. Konsumen sangat kritis dan berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk fasilitas yang menjadi satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan konsumen semakin tertarik dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Selain gaya hidup dan fasilitas, harga juga menjadi salah satu pertimbangan dalam keputusan pembelian. Harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk atau jasa karena harga adalah satu dari empat *marketing mix* (bauran pemasaran). Menetapkan harga jual yang terlalu tinggi akan mengakibatkan penjualan menurun, tetapi sebaliknya jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan baik dalam bentuk barang maupun jasa. Tabel dibawah ini merupakan daftar harga makanan dan minuman yang ada di Halaman *Cafe*.

Tabel 1.1 Daftar Harga di Halaman Cafe

Makanan		Minuman	
Nasi goreng spesial Halaman	Rp. 20.000	Ice lemon tea	Rp. 12.000
Nasi goreng seafood	Rp.20.000	Ice tiramisu	Rp. 12.000
Nasi goreng telur	Rp.12.000	Hazelnut choco	Rp. 15.000
Nasi goreng kampung	Rp.15.000	Hot black coffee	Rp. 8.000
Nasi ayam goreng mentega	Rp. 20.000	Hot vanilla latte	Rp. 12.000
Nasi ayam katsu	Rp. 20.000	Hot orange	Rp. 10.000

Sumber: Halaman *Cafe*, 2016

Dari tabel diatas dapat dilihat harga makanan dan minuman yang ada di Halaman *Cafe*, harga untuk makanan mulai dari Rp. 20.000 dan untuk minuman Rp. 8.000. harga tersebut sangat terjangkau bagi semua kalangan, yang menjadi *best seller* di Halaman *Cafe* untuk makanan adalah nasi goreng telur dengan harga Rp. 12.000, dan untuk minumannya ice lemon tea dengan harga Rp. 12.000.

Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individual maupun pembeli organisasi-melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk atau merek apa yang mereka beli. Walaupun nyata sekali bahwa konsumen akhirnya memilih untuk membeli barang-barang yang berbeda disebabkan oleh perbedaan karakteristik pribadi (kebutuhan, manfaat, sikap, pengalaman masa lalu). Dalam memahami perilaku konsumen, terdapat banyak pengaruh yang mendasari seseorang dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk atau merek. Untuk dapat memuaskan konsumen, perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut

Halaman *cafe* adalah salah satu *cafe* yang ada di Sungailiat, dimana konsumen di *cafe* ini menjadi objek dalam penelitian ini. Halaman *cafe* beralamat di Jalan Batin Tikal No.75 Sungailiat Bangka, *cafe* ini berdiri pada Bulan September 2014. *Cafe* ini buka mulai pukul 16.00-23.00 WIB, konsumen dari *cafe* ini adalah kalangan remaja dan dewasa. Suasana *cafe* yang tenang dan nyaman ditambah dengan fasilitas *wifi*, *live music* dan *skatepark* yaitu tempat untuk bermain *skateboard* membuat *cafe* ini memiliki keunggulan fasilitas yg berbeda dengan *cafe-cafe* lainnya yang ada di Sungailiat. Meskipun Halaman *cafe* baru berjalan kurang lebih 2 tahun tapi tempat ini merupakan salah satu tempat yang menjadi pilihan para pelanggan untuk bersantai sambil menikmati hidangan yang di sediakan di Halaman *cafe*, hal ini dapat dilihat dari data pengunjung di Halaman *cafe* dari bulan Januari-Desember 2015 berikut ini.

Tabel 1.2 Data Pengunjung di Halaman Cafe dari Bulan Januari – Desember 2015

Bulan	Jumlah pengunjung per bulan
Januari	432
Februari	768
Maret	960
April	600
Mei	624
Juni	408
Juli	528
Agustus	576
September	552
Oktober	720
November	480
Desember	768
Total	7416
Rata-rata pengunjung per bulan	618

Sumber: Owner Halaman *Cafe* (survei dilakukan pada tanggal 8 Januari 2016)

Dari Tabel 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung yang datang di Halaman *cafe* mengalami fluktuatif dari bulan Januari–Desember, yaitu kenaikan dari bulan Februari berjumlah 432 orang – bulan Maret menjadi 960 orang di tahun 2015, dan mengalami penurunan pada bulan Juni dan bulan

November 2015. Hal ini dikarenakan banyaknya *cafe-cafe* yang juga banyak bermunculan di Sungailiat. Saat ini keberadaan *cafe* di Sungailiat sudah sangat banyak, perkembangan bisnis *cafe* di Sungailiat mengalami pertumbuhan pesat. Hal ini terlihat dengan banyaknya jumlah *cafe* yang ada di Sungailiat. Berikut ini adalah daftar nama-nama *cafe* yang ada di Sungailiat.

Tabel 1.3Daftar Cafe yang Ada di Sungailiat

No	Nama <i>cafe</i>	Alamat
1	Coffee Clove Cafe	Jl. Jendral Sudirman Samping Golkar, Sungailiat
2	Old Home 67	Jl. Batin Tikal, Sungailiat
3	Kebir	Jl. Jendral Sudirman, Sungailiat
4	Fino Cafe	Jl. Sam Ratulangi, Sungailiat
5	Etnic Cafe	Jl. Depati Bahrin, Sungailiat
6	Wira Cafe	Jl. Air Ruay, Sungailiat
7	D' Metree Cafe	Jl. Batin Tikal, Sungailiat
8	Resko Cafe And Resto	Jl. Jendral Sudirman, Parit Padang Sungailiat
9	Terash Cafe	Jl. Ki Hajar Dewantara No.1Sungailiat
10	Shisha Cafe	Jl. Jendral Sudirman samping Kompi Senapan B
11	Net Kopitiam	Jl. Batin Tikal, Sungailiat

Sumber: Survei (dilakukan peneliti pada tanggal 10 Januari 2016)

Perubahan gaya hidup masyarakat di Sungailiat dapat dilihat dari kegemaran anak-anak mudanya menghabiskan waktu di sejumlah *cafe* yang tersebar di berbagai tempat di Sungailiat. Untuk mengetahui berapa banyak respon yang diberikan konsumen kepada Halaman *Cafe* maka peneliti melakukan kegiatan prasurvey terhadap 20 responden. Adapun hasil prasurvey sebagai berikut

Tabel 1.4 Data Prasurvey terhadap 20 Konsumen Halaman Cafe di Sungailiat

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Sudah menjadi gaya hidup saya, memilih <i>cafe</i> dalam mencari hiburan	2 (10%)	3 (15%)	5 (25%)	8 (40%)	2 (10%)
2	Harga yang ada di Halaman <i>Cafe</i> sesuai dengan manfaat yang saya terima	5 (25%)	5 (25%)	7 (35%)	3 (15%)	-
3	Fasilitas yang ada di Halaman <i>Cafe</i> sudah membuat saya puas	4 (20%)	6 (30%)	8 (40%)	2 (10%)	-
4	Saya selalu memilih Halaman <i>Cafe</i> untuk menghabiskan waktu bersama keluarga maupun teman-teman saya	3 (15%)	5 (25%)	9 (45%)	2 (10%)	1 (5%)
5	Saya merekomendasikan Halaman <i>Cafe</i> kepada orang lain	14 (70%)	6 (30%)	-	-	-

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan data prasurvey yang dilakukan kepada 20 konsumen di Halaman *Cafe* ada 40% konsumen menjawab tidak setuju pada pertanyaan No 1 yaitu sudah menjadi gaya hidup saya, memilih *cafe* dalam mencari hiburan, artinya tidak semua konsumen memilih *cafe* sebagai gaya hidupnya dalam mencari hiburan dan sebanyak 35% konsumen memilih netral pada pertanyaan No 2, dan ada 40% konsumen memilih netral untuk pertanyaan No 3 yaitu fasilitas yang ada di Halaman *cafe* sudah membuat saya puas, 45% konsumen memilih netral untuk pertanyaan Saya selalu memilih Halaman *cafe* untuk menghabiskan waktu bersama keluarga maupun teman-teman Saya artinya sebagian konsumen setuju dan ada yang tidak setuju memilih Halaman *cafe* untuk menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman-teman, hal ini dikarenakan banyaknya juga *cafe-cafe* lain yang menjadi pilihan bagi konsumen. Berdasarkan jawaban

responden pada prasurvey dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah dengan gaya hidup, fasilitas dan harga terhadap keputusan konsumen yang dilakukan pada konsumen di Halaman *cafe*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Gaya Hidup, Fasilitas dan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih “Halaman *Cafe*” di Sungailiat**”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran gaya hidup, fasilitas, harga dan keputusan konsumen dalam memilih Halaman *cafe* di Sungailiat?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih Halaman *cafe* di Sungailiat?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih Halaman *cafe* di Sungailiat?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih Halaman *cafe* di Sungailiat?
5. Apakah gaya hidup, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Halaman *cafe* di Sungailiat?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperoleh gambaran yang akan diteliti, dibatasi penyajian hanya pada variabel gaya hidup, fasilitas, harga dan keputusan konsumen dan objek yang ada di dalam penelitian ini adalah konsumen di Halaman *cafe*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan tentang gaya hidup, fasilitas, harga dan keputusan konsumen dalam memilih Halaman *cafe* di Sungailiat.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah ada pengaruh yang signifikan gaya hidup terhadap keputusan konsumen dalam memilih Halaman *cafe* di Sungailiat.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam memilih Halaman *cafe* di Sungailiat.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih Halaman *cafe* di Sungailiat.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah ada pengaruh yang signifikan dan simultan gaya hidup, fasilitas dan harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih Halaman *cafe* di Sungailiat.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memperluas pengetahuan penulis dalam masalah manajemen Pemasaran khususnya tentang gaya hidup, fasilitas, harga dan keputusan konsumen. Menjadi referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya yang relevan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada perusahaan dalam menentukan strategi pemasarannya.

3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian ini dapat memberikan beberapa informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan suatu produk. Dengan demikian penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam menyempurnakan penjualan produknya sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan Sebagai sumbangan ilmu pengetahuan dan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi pembaca kajian ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan Manajemen pemasaran tentang gaya hidup, fasilitas, harga dan keputusan konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bentuk ringkas dari keseluruhan isi penelitian dan gambaran permasalahan yang diangkat dalam

skripsi. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung pemecahan masalah yang ada, yaitu teori-teori mengenai gaya hidup, harga, fasilitas dan keputusan konsumen serta teori manajemen yang berisi tentang penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, teknik pengambilan data, jenis dan sumber data, penentuan populasi dan sampel, tahap pengolahan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang sejarah singkat tentang Halaman *cafe*, hasil dari penelitian, hasil penelitian karakteristik responden disertai pembahasan analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi simpulan dan saran dari hasil penelitian.