

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada saat ini, perkembangan bisnis di Kota Sukabumi terutama bisnis kuliner semakin berkembang pesat. Bisnis kuliner dinilai sebagai salah satu jenis usaha yang cukup menjanjikan. Terutama pada era globalisasi seperti sekarang ini, dimana perkembangan jaman yang semakin maju dan berkembang, Sehingga berimbas pula pada jenis bisnis yang juga semakin berkembang. Salah satunya bisnis dalam sektor penyajian makanan dan minuman yaitu bisnis *food and beverage*. Dimana bisnis tersebut merupakan wadah untuk memenuhi kebutuhan pangan dan sebagai sumber kebutuhan primer manusia. Sehingga mengakibatkan bisnis *food and beverage* mempunyai nilai lebih dibanding bisnis lainnya. Salah satu bagian dari bisnis *food and beverage* adalah industri jasa boga dimana di dalamnya terdapat rumah makan, restoran dan kafe.

Rumah makan, restoran dan kafe saat ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan pangan terutama pada masyarakat perkotaan. Kesibukan dan aktivitas masyarakat perkotaan yang padat, menuntut mereka untuk dapat memenuhi kebutuhan yang dapat menghemat waktu, cepat dan efisien. Sehingga dengan adanya rumah makan, restoran dan kafe tersebut dimaksudkan agar masyarakat perkotaan tidak mengeluarkan banyak waktu dalam proses pemenuhan kebutuhannya. Sehingga fenomena tersebut, mendorong para

pelaku bisnis di bidang kuliner tertarik untuk mendirikan tempat pemenuhan kebutuhan pangan salah satunya kafe.

Kafe saat ini tidak hanya sekedar sebagai tempat pemenuhan kebutuhan biologis untuk memenuhi rasa lapar dan haus, namun juga dijadikan sebagai tempat untuk mencari hiburan sekaligus berkumpul dan bersosialisasi sembari menikmati suasana dan fasilitas kafe dengan kerabat. Kehidupan masyarakat perkotaan pun kini mulai mengalami perubahan gaya hidup. Salah satu, gaya hidup saat ini adalah kebiasaan berkumpul dan berinteraksi di tempat makan seperti kafe. Melihat fenomena ini membuat para pengusaha mencium peluang bisnis yang menjanjikan. Dimana pergeseran *lifestyle* atau gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan hiburan sebagai bagian dari kebutuhan hidup, sehingga hal tersebut semakin menarik minat para pelaku bisnis *food services* melirik usaha kafe. Dimana kehadiran kafe ini dinilai yang paling sesuai dengan trend dan gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini. Suasana kafe yang nyaman, *hommy*, fasilitas yang menarik serta pilihan menu yang berkualitas tentu menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi masyarakat untuk mengunjungi kafe.

Perkembangan kafe di Kota Sukabumi pun semakin berkembang pesat. Hal tersebut terlihat dengan semakin menjamurnya kafe-kafe di Kota Sukabumi yang menampilkan keberagaman serta kelebihan masing-masing dalam menarik minat konsumen. Berkembangnya industri kafe di Kota Sukabumi saat ini disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi masyarakat Sukabumi seperti meningkatnya pendapatan yang berdampak pada keinginan untuk mencoba selain makanan rumahan dan fenomena perubahan gaya hidup, sehingga menimbulkan

semakin bertambah pula barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhannya. Beragamnya kafe membuat persaingan pada industri ini semakin ketat. Hal tersebut pun menuntut para pelaku bisnis kafe untuk dapat memperhatikan konsumen yang umumnya cepat berubah dan cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya, setiap pelaku bisnis kafe perlu memperhatikan apa saja yang perlu diberikan dan ditingkatkan kepada konsumen, sehingga dengan begitu diharapkan bisnis tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Karena apabila pengelola bisnis kafe tidak memfokuskan kepada kebutuhan konsumen maka bisa dipastikan jumlah pembeli pada kafe tersebut akan semakin berkurang dan menyebabkan perusahaan tidak bisa mencapai tujuan perusahaannya atau mengalami kebangkrutan, maka dari itu dengan memfokuskan pada kebutuhan konsumen, diharapkan bisnis kafe tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.

Keputusan pembelian merupakan salah satu konsep dari ilmu pemasaran dengan semakin berkembangnya bisnis kafe semakin tinggi pula perilaku dari konsumen. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya adalah perbedaan individu yang terdiri dari kepribadian, motivasi dan keterlibatan, sumber daya konsumen, pengetahuan, sikap, *lifestyle* dan demografi. Maka dari itu *lifestyle* adalah salah satu untuk menarik konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut. Melihat

pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan berkumpul di kafe menjadi bagian dari kebutuhan hidup sehingga strategi pemasaran yang cocok digunakan untuk menciptakan keputusan pembelian oleh konsumen adalah dengan melakukan perbedaan melalui pendekatan *lifestyle*.

*Lifestyle* merupakan salah satu perilaku yang berkembang selaras dengan pola kehidupan modern saat ini. Pada dasarnya manusia termotivasi untuk hidup senang dan bersenang-senang. *Lifestyle* didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Sifat tersebut adalah bentuk lain dari perilaku kelompok masyarakat yang dapat dimanfaatkan secara menguntungkan untuk menciptakan *demand* dan gaya hidup ini mampu mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya akan menentukan pilihan-pilihan seseorang pada suatu produk.

Strategi kafe dalam melakukan pendekatan *lifestyle* harus menyesuaikan dengan gaya hidup masyarakat saat ini. Indikator *lifestyle* meliputi *activity* (aktivitas), *interest* (minat), *opinions* (opini), dan *demographic* (demografi). *Activity* dari *lifestyle* anak muda mengunjungi kafe saat ini adalah untuk mengerjakan tugas dan mencari hiburan dengan menikmati *live music*. *Interest* anak muda mengunjungi kafe karena merupakan salah satu media untuk bersosialisasi dengan kerabat dan juga untuk mengikuti gaya hidup yang sedang berkembang saat ini. *Opinion* anak muda mengunjungi kafe karena pendapat yang memperlihatkan pengakuan status sosial jika mengunjungi kafe. Oleh sebab itu dengan melakukan pendekatan *lifestyle* masyarakat pada saat ini, para pemilik kafe dapat mengetahui apa yang ada di kepala konsumen, sehingga dimensi-

dimensi tersebut dapat berpengaruh signifikan untuk mendapatkan konsumen sehingga pemilik kafe dapat mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis yang merupakan tujuan terpenting mereka.

Selain dengan pendekatan *lifestyle*, adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen yaitu dengan memperhatikan fasilitas yang ditawarkan. Fasilitas turut berperan penting dalam menjaring konsumen. Fasilitas merupakan sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan adalah tanggapan langsung pelanggan terhadap sesuatu (respons pelanggan). Maka dari itu perusahaan perlu memahami respons pelanggan terhadap fasilitas jasa yang ditawarkannya. Apabila respons pelanggan baik terhadap fasilitas yang disediakan oleh pihak kafe, maka pelanggan akan terus memilih kafe tersebut sebagai pilihan utama berdasarkan persepsi yang pelanggan peroleh terhadap fasilitas tersebut. Pada sejumlah jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa dapat berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Pelanggan yang ingin menikmati fasilitas serta kenyamanan suasana kafe akan mencari kafe yang memiliki fasilitas lengkap dengan desain yang artistik dan atraktif. Misalnya pencahayaan yang tertata apik, kelengkapan perabotan kafe seperti *wifi*, stop kontak yang disediakan di setiap meja, *live music* serta desain interior yang menarik. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan dalam mengunjungi kafe. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan oleh pihak kafe, maka akan semakin menarik

minat pelanggan untuk datang dan melakukan keputusan pembelian di kafe tersebut.

Saat ini sudah semakin banyak kafe yang muncul dengan keberagaman dan kelebihan masing-masing dalam menawarkan fasilitasnya. Kafe yang mampu memberikan fasilitas pendukung gaya hidup dapat menjadi peluang dalam menggaet konsumen. Hal tersebut terjadi karena pada saat ini kafe tidak hanya menawarkan keberagaman dalam hal jenis makanan saja akan tetapi fasilitas yang ditawarkanpun dapat menjadi daya tarik bagi konsumen.

Strategi kafe dalam melakukan pendekatan fasilitas harus menyesuaikan dan menawarkan fasilitas yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini. Setidaknya terdapat enam faktor yang harus dipertimbangkan secara cermat menyangkut tata letak fasilitas jasa yaitu perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan/perabotan, tata cahaya, warna, pesan-pesan yang disampaikan. Sehingga, dengan melakukan pendekatan fasilitas masyarakat pada saat ini dengan dimensi-dimensi tersebut dapat berpengaruh signifikan untuk mendapatkan konsumen.

K Viesta Café merupakan salah satu kafe di Kota Sukabumi yang telah berdiri cukup lama yaitu selama 16 tahun. Bekerja di bidang industri jasa boga. Berlokasi di Jalan Siliwangi No 81 Kota Sukabumi. Dengan Nomor SIUP 111/10-06/XXI/2000. Kafe ini memosisikan diri kepada kaum muda dan eksekutif muda sebagai tempat untuk mencari hiburan, berkumpul dan bersosialisasi bersama kerabat, mengerjakan tugas, bertemu kolega, rapat hingga melakukan persentasi

sambil menikmati menu yang dihidangkan oleh kafe. Terlihat dari fasilitas yang ditawarkan oleh kafe seperti fasilitas *wifi*, *room event*, dan fasilitas mushola guna memudahkan pengunjung untuk beribadah. Karena pada saat ini tempat makan seperti kafe tidak hanya menawarkan keberagaman dalam jenis makanan akan tetapi penyediaan fasilitas yang ditawarkan oleh pihak kafe pun dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Sehingga sekarang ini sudah semakin menjamur kafe-kafe yang melakukan strategi penjualan dengan cara menawarkan fasilitas yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat masa kini. Guna membuat para pengunjung merasa betah untuk menghabiskan waktu mereka. Sehingga terlihat jelas bahwa makan bukan hanya sebagai kebutuhan biologis untuk memenuhi rasa lapar dan haus, namun sudah menjadi *lifestyle* atau gaya hidup masyarakat perkotaan masa kini.

Berdasarkan hasil penjajakan melalui wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa konsumen K. Viesta Kafe Kota Sukabumi ditemukan permasalahan pada keputusan pembelian yakni pada frekuensi jumlah pembelian oleh konsumen yang berkurang selama empat bulan terakhir. Yang terjadi akibat konsumen jarang melakukan pembelian di K.Viesta Kafe. Hal tersebut didukung dengan adanya data perusahaan mengenai penurunan jumlah konsumen dari bulan Juni 2017 hingga September 2017. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data jumlah konsumen K.Viesta Kafé**  
**bulan Juni – September 2017**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>
Juni	1.235
Juli	1.049
Agustus	947
September	750

Sumber: K.Viesta Kafe Sukabumi, November 2017

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa adanya penurunan jumlah konsumen yang melakukan pembelian di K.Viesta Kafe Sukabumi selama empat bulan terakhir. Permasalahan tersebut diduga disebabkan karena K.Viesta Kafe kurang mengikuti *lifestyle* konsumen dari segi aktivitas. Dimana aktivitas konsumen saat ini mengunjungi kafe tidak hanya sekedar untuk makan, namun juga dijadikan sebagai tempat untuk melakukan aktivitas seperti mengerjakan tugas atau pekerjaan di kafe, akan tetapi kafe tersebut tidak dapat menunjang aktivitas konsumen dalam mengerjakan tugas atau pekerjaan di kafe, sehingga menyebabkan konsumen kurang tertarik untuk mengunjungi K.Viesta Kafe. Selain itu konsumen pun berpendapat bahwa aktivitas di K.Viesta Kafe kurang menarik, salah satunya yaitu dari segi hiburan. Saat ini konsumen sering mencari hiburan di kafe, akan tetapi di K.Viesta Kafe sendiri jarang mengadakan kegiatan acara hiburan seperti *live music*. *Live music* diadakan hanya sesekali pada event-event tertentu. Sehingga hal tersebut mengakibatkan konsumen kurang tertarik untuk mencari hiburan di K.Viesta Kafé Kota Sukabumi. Adapun penyebab lain diduga disebabkan karena fasilitas yang dimiliki K.Viesta Kafe belum lengkap yakni pada kelengkapan perabotan seperti tidak disediakannya stop kontak di

setiap meja, stop kontak hanya disediakan di beberapa spot saja, sehingga tidak semua pengunjung bisa menggunakannya dengan leluasa, fasilitas *free wifi* yang terkadang tidak stabil, *room presentation*, televisi memadai untuk sarana nobar, fasilitas permainan seperti kartu uno, *soccer table*. Sehingga hal tersebut dapat menyebabkan keputusan pembelian menurun dan berdampak pada menurunnya jumlah konsumen di kafe tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul **“Analisis Pengaruh *Lifestyle* dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi.”**

## **1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas dapat diidentifikasi permasalahannya yaitu adanya penurunan pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen di K.Viesta Kafe. Fenomena ini disebabkan karena frekuensi jumlah pembelian oleh konsumen yang berkurang. Yang terjadi akibat konsumen jarang melakukan pembelian di K.Viesta Kafe. Hal tersebut didukung dengan adanya penurunan jumlah pengunjung kafe selama empat bulan terakhir. Permasalahan tersebut diduga disebabkan karena K.Viesta Kafe kurang mengikuti *lifestyle* konsumen dari segi aktivitas. Dimana aktivitas konsumen saat ini mengunjungi kafe tidak hanya sekedar untuk makan, namun juga dijadikan sebagai tempat untuk melakukan aktivitas seperti mengerjakan tugas atau

pekerjaan di kafe, akan tetapi kafe tersebut tidak dapat menunjang aktivitas konsumen dalam mengerjakan tugas atau pekerjaan di kafe, sehingga menyebabkan konsumen kurang tertarik untuk mengunjungi K.Viesta Kafe. Selain itu konsumen pun berpendapat bahwa aktivitas di K.Viesta Kafe kurang menarik, salah satunya yaitu dari segi hiburan. Saat ini konsumen sering mencari hiburan di kafe, akan tetapi di K.Viesta Kafe sendiri jarang mengadakan kegiatan acara hiburan seperti *live music*. *Live music* diadakan hanya sesekali pada event-event tertentu. Sehingga hal tersebut mengakibatkan konsumen kurang tertarik untuk mencari hiburan di K.Viesta Café Kota Sukabumi. Adapun penyebab lain diduga disebabkan karena fasilitas yang dimiliki K.Viesta Kafe belum lengkap yakni pada kelengkapan perabotan seperti tidak disediakannya stop kontak di setiap meja, stop kontak hanya disediakan di beberapa spot saja, sehingga tidak semua pengunjung bisa menggunakannya dengan leluasa, fasilitas *free wifi* yang terkadang tidak stabil, *room presentation*, televisi memadai untuk sarana nobar, fasilitas permainan seperti kartu uno, *soccer table*. Sehingga hal tersebut dapat menyebabkan keputusan pembelian menurun dan berdampak pada menurunnya jumlah konsumen di kafe tersebut.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam “Apakah *lifestyle* dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi ? ”

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1.2.2.1 Bagaimana *lifestyle* pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi ?

1.2.2.2 Bagaimana fasilitas pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi ?

1.2.2.3 Bagaimana keputusan pembelian pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi ?

1.2.2.4 Seberapa besar pengaruh *lifestyle* dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi ?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1.3.1.1 Untuk mengetahui *lifestyle* pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi.

1.3.1.2 Untuk mengetahui fasilitas pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi

1.3.1.3 Untuk mengetahui keputusan pembelian pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi.

1.3.1.4 Untuk mengetahui besarnya pengaruh *lifestyle* dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

##### **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat menghasilkan kegunaan secara praktis bagi perusahaan, dengan memberikan kontribusi dalam segi pemikiran mengenai pengaruh *lifestyle* dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada K.Viesta Kafe Kota Sukabumi , untuk dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan manajemen dalam menentukan kebijakan-kebijakan dimasa yang akan datang. Selain itu peneliti mengharapkan dari hasil penelitian ini kelak dapat dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut untuk hal yang sama dengan lebih

mendalam lagi. Juga sebagai pengaplikasian ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama peneliti mendapatkan keilmuan pada program studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

#### **1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak yang berkepentingan diantaranya adalah:

##### **1.3.2.2.1 Bagi Peneliti**

Peneliti berharap semoga penelitian ini bisa menjadi bahan referensi untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam pengembangan ilmu perilaku konsumen dan pemasaran jasa khususnya dalam masalah yang sedang diteliti. Sehingga ilmu mengenai *lifestyle* dan fasilitas terhadap keputusan pembelian dapat diterapkan dengan baik dan benar. Juga sebagai bahan perbandingan mengenai teori yang didapat di perkuliahan dengan temuan gap di dunia bisnis untuk bahan pembelajaran dimasa depan saat terjun dalam masyarakat dan dunia bisnis.

##### **1.3.2.2.2 Bagi Perusahaan**

Penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis yaitu untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi industri bisnis kafe dalam mengembangkan strategi melalui pendekatan *lifestyle* dan fasilitas dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian.

##### **1.3.2.2.3 Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi para mahasiswa sebagai bahan masukan dan referensi tambahan dalam melakukan penelitian yang serupa dan

juga dapat memberikan informasi dan pengetahuan khususnya bagi mahasiswa program studi Administrasi Bisnis dan seluruh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sukabumi pada umumnya maupun bagi pembaca.

## **1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.4.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada K. Viesta Kafe Kota Sukabumi yang berlokasi di Jalan Siliwangi No. 81 Kota Sukabumi.

### **1.4.2 Lamanya Penelitian**

Adapun jadwal penelitian yang dilakukan peneliti selama kurang lebih sepuluh bulan, terhitung dari bulan Oktober 2017 sampai dengan Juli 2018. Dimana selama kurun waktu tersebut, peneliti melewati beberapa tahapan penelitian mulai dari persiapan, penjajakan, seminar usulan penelitian, pengumpulan data hingga tahap pengujian skripsi.

**Tabel 1.2**  
**Jadwal Penelitian**  
**Tahun 2017-2018**