

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah Negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia. Jumlah penduduk di Indonesia sendiri menurut data dari Badan Perencanaan Pembangunan Nasional pada tahun 2018 yaitu 265 juta jiwa, melihat dari banyaknya jumlah penduduk Indonesia sudah dipastikan juga bahwa kebutuhan pangan di Indonesia sangatlah tinggi.

Industri kreatif saat ini terdiri dari 16 sub-sektor yaitu musik, televisi dan radio, fesyen, aplikasi dan pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film dan animasi, fotografi, kriya, kuliner, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan dan seni rupa. Industri kreatif terus mengalami perkembangan dan kemajuan dari tahun ke tahun, hal ini dapat dilihat dari data statistik dan hasil survei ekonomi kreatif yang tertera pada Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF).



Sumber : Data Statistik dan Hasil Survei BEKRAF

Gambar 1.1 Kontribusi Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor

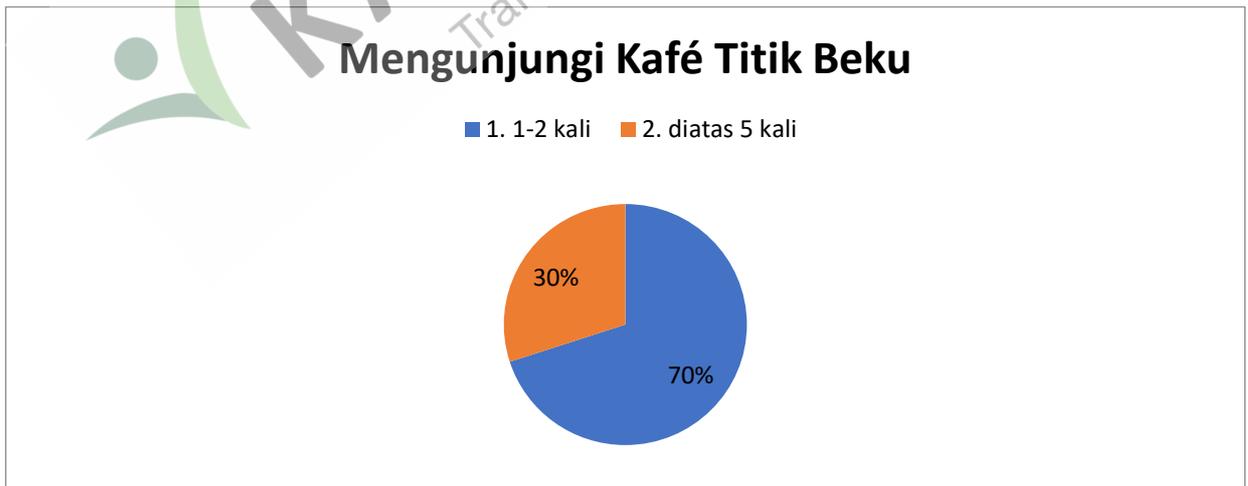
Data hasil survei BEKRAF, dapat dilihat bahwa bidang kuliner memiliki pengaruh yang cukup besar dalam perkembangan ekonomi kreatif. Data statistik menunjukkan bahwa kuliner menduduki peringkat pertama dengan hasil mencapai sebesar 41,69%. Menurut data Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), kuliner merupakan salah satu penopang di industri kreatif yang mencapai 68% dari 8,2 juta unit industri kreatif. Subsektor kuliner juga berkontribusi sebesar 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp. 922 triliun pada tahun 2016. Angka ini merupakan yang paling tinggi dibandingkan dengan 16 subsektor lainnya yang terdaftar di Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.

Bisnis kuliner saat ini dinilai sebagai salah satu jenis usaha yang cukup menjanjikan di kota-kota besar salah satunya kota Bekasi. Perkembangan wisata kuliner di kota Bekasi ditandai dengan munculnya berbagai kafe dan restoran yang unik sehingga menarik minat konsumen untuk datang ke tempat tersebut. Kebutuhan hidup masyarakat mendorong para pebisnis untuk berlomba-lomba mendirikan kafe yang sesuai dengan gaya hidup modern sekarang ini dan memiliki keunggulan tersendiri. Keunggulan tersebut dilihat dari makanan dan minuman yang disajikan, harga yang terjangkau, lokasi dan suasana tempat yang nyaman atau juga dapat dari hal-hal pendukung yang diberikan seperti live music. Bervariasinya kafe yang ada membuat konsumen akan lebih selektif dalam memilih kafe yang akan dikunjungi. Konsumen akan memilih kafe dengan kualitas terbaik yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Café Titik Beku adalah nama kafe yang dikenal masyarakat Bekasi khususnya Harapan Indah yaitu terletak di Jalan Harapan Indah Raya BF/20 Harapan Indah Bekasi, kafe Titik Beku ini adalah tempat untuk nongkrong paling asik di Bekasi. Dinamakan Titik Beku karena menu andalannya adalah *Home Made Gelato* yang disajikan *fresh* dengan bahan alami tanpa tambahan bahan pengawet. Kafe ini merupakan pelopor *Gelato Café* di daerah kota Harapan Indah dan sekitarnya

Bicara tentang dekorasi, kafe ini sendiri memiliki tema *western classic*. Akan terlihat perpaduan kayu dan besi dengan nuansa *vintage*, *retro*, dan *classic* sehingga yang ada di kafe ini terlihat *homed*. banyak fasilitas-fasilitas yang tersedia seperti *wifi*, toilet dengan desain yang unik, *smoking area* dan *VIP Room* juga tersedia, yang bisa digunakan maksimal 2 jam dengan syarat adanya minimum pembelian. Kapasitas *VIP Room* mencapai 12 orang, dan dilengkapi dengan *projector* dan *glassboard*. Salah satu faktor yang dimiliki oleh kafe ini untuk menarik perhatian setiap konsumen adalah suasana di dalam kafe tersebut karena suasana dapat mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan. Disamping itu banyak sekali pesaing yang berada disekitaran Café Titik Beku seperti Café & Resto Jaya, Sausalito Café & Bistro, Warung Masa Gitu (WMG) dan lainnya, ini menandakan bahwa Café Titik Beku harus mampu bersaing secara sehat dan terus meningkatkan mutu produk serta meningkatkan minat pembelian konsumen agar konsumen menjadi loyal.

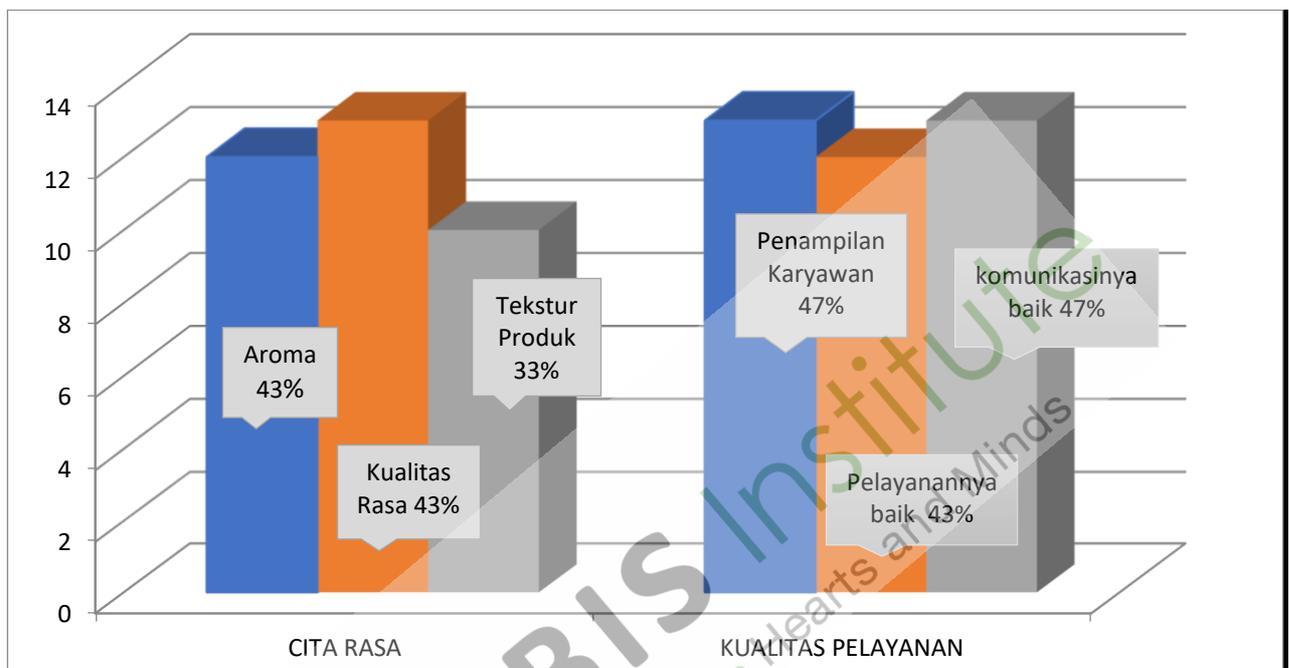
Dilihat dari permasalahan kafe Titik Beku, maka peneliti melakukan pra riset dengan menggunakan metode survey (penyebaran kuesioner). Dari survey pra-penelitian yang telah peneliti lakukan kepada tiga puluh (30) responden, didapatkan hasil sebagai berikut.



Gambar 1.2 alasan konsumen mengunjungi kafe Titik Beku

(Sumber : olahan peneliti, 2020)

Data pra-survey diatas, sebanyak 21 orang (70%) sering mengunjungi kafe Titik beku, ini menandakan bahwa konsumen menyukai produk yang diberikan kafe Titik Beku, sedangkan 9 orang (30%) hanya mengunjungi jika ada waktu saja.



Gambar 1.3 permasalahan pencapaian cita rasa & kualitas pelayanan dari Kafe Titik Beku
(Sumber : olahan peneliti, 2020)

Gambar 1.3 menunjukkan data pra survey yang dikelola oleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner di ambil dalam 30 responden yang sudah pernah mengunjungi serta membeli produk kafe Titik Beku Harapan Indah, Bekasi.

- a. Variabel cita rasa, kebanyakan konsumen membandingkan kualitas rasa dengan produk lain yang dimana produknya sejenis tetapi sedikit ada perbedaan, kualitas rasa yang diberikan masih jauh dari harapan para konsumen yang membelinya dan membuat konsumen merasa kurang puas pada produk yang dibeli. Sebanyak 12 responden (43%) memilih aroma dari produknya kurang terasa dinikmati dan 18 responden (57%) memilih aroma produknya terasa, sedangkan sebanyak 13 responden (43%) memilih rasa dari produk yang diberikan kafe Titik Beku berkualitas dan 17 responden (57%) memilih rasanya kurang berkualitas atau tidak memuaskan. Sebanyak 10 responden (33%) memilih tekstur dari produk yang dibuat menarik sedangkan 20 responden

(67%) memilih tekstur yang dibuat tidak menarik dan menyebabkan konsumen kurang puas

- b. Variabel kualitas pelayanan, konsumen tentunya sangat memperhatikan para karyawan yang melayaninya, jika kualitas pelayanan yang diberikan kafe Titik Beku sudah sangat baik dan berkualitas maka tentunya konsumen akan merasa sangat puas dan nyaman sehingga akan menjadi pelanggan tetap. Sebanyak 13 responden (47%) memilih karyawan kafe Titik Beku sudah berpenampilan baik dan 17 responden (53%) memilih karyawan tidak berpenampilan baik. Sebanyak 12 responden (43%) memilih pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan konsumen dan 18 responden (57%) memilih pelayanannya tidak sesuai harapan. Sedangkan sebanyak 13 responden (47%) memilih bahwa karyawan sudah berkomunikasi dengan baik dan 17 responden (53%) memilih karyawan kurang baik dalam hal berkomunikasi.

Data diatas bahwa variabel yang menjadi masalah utama yaitu variabel cita rasa dan kualitas pelayanan karena memiliki presentase cukup rendah. Dengan ini peneliti tertarik untuk meneliti variabel cita rasa dan kualitas pelayanan untuk mencari solusi dan meningkatkan tingkat keputusan pembelian pada konsumen.

Saat ini persaingan cita rasa produk menjadikan konsumen lebih kritis untuk melakukan pembelian makanan dan minuman yang mereka butuhkan. Fenomena persaingan cita rasa antar perusahaan memacu pihak manajemen untuk mengoptimalkan dan menjaga kualitas produk yang diberikan. Menurut Drummond KE & Brefere LM. (2010) cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi bau, rasa, tekstur, dan suhu. Dengan ini kafe titik beku harus memaksimalkan kualitas rasa dan menambahkan rasa baru pada produknya seperti produk dengan rasa buah yaitu rasa strawberry, rasa anggur, rasa jeruk serta buah-buahan lainnya yang bisa membuat pelanggan merasa puas dan tertarik datang lagi, pihak manajemen harus memperhatikan produknya dari segi rasa dan lebih berinovasi. Selain cita rasa produk, kualitas pelayanan juga merupakan bagian penting dalam meraih keunggulan.

Kualitas pelayanan dijadikan sebagai upaya memberi kenyamanan dan kepuasan pada konsumen agar suatu saat pelanggan selalu berminat pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Kotler (2011, p. 17) Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak terwujud) dan tidak menghasilkan sesuatu. Sedangkan menurut Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono (2012, p. 51), menyatakan bahwa: “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Banyak hal yang bisa membuat kafe titik beku berbeda dari para pesaingnya yaitu dengan memberikan suatu yang menarik semisalnya memberikan pertanyaan seputar menu kafe titik beku dan jika jawabannya benar akan diberikan bonus makanan atau diskon. Oleh sebab itu, setiap perusahaan pasti selalu ingin meningkatkan mutu pelayanan dari beberapa aspek guna dapat memenuhi kebutuhan yang akan berdampak terus menerus di masa yang akan datang. Kualitas pelayanan yang diberikan harus maksimal, seperti jika ada konsumen mengalami keluhan, maka dengan sigap harus bisa mencari solusinya.

Oleh karena itu, kafe titik beku selalu memperhatikan keinginan konsumen dengan terus melakukan kreatifitas dan inovasi yang baru tentang produknya serta meningkatkan kualitas rasa dari produk tersebut dan juga terus meningkatkan kualitas pelayanan, karena tingkat keputusan pembelian konsumen merupakan suatu hal penting yang harus selalu didapat oleh suatu perusahaan. Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dengan adanya tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada pilihan alternative sehingga di tahap ini konsumen melakukan aksi untuk memutuskan membeli produk berdasarkan pilihan yang telah ditentukan. Karena jika konsumen sudah memantapkan pilihannya maka konsumen akan membeli produk tersebut.

Berikut ini merupakan beberapa definisi keputusan pembelian menurut ahli. Menurut Buchari Alma (2013, p. 96) “Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli”. Menurut Kotler & Armstrong (2016, p. 177) “keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”. Selain itu Machfoedz (2013, p. 44), mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada dan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Peneliti juga melakukan penelitian literatur tentang keputusan pembelian. Pangenggar dkk dari Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 2014 meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian (Pangenggar, Hidayat, & Nurseto, 2014). Imantoro dkk dari Universitas Brawijaya Malang meneliti tentang pengaruh citra merek, iklan dan cita rasa terhadap keputusan pembelian (Imantoro, Suharyono, & Sunarti, 2018). Kurniawan Njoto dari Universitas Ciputra Surabaya pada tahun 2016 meneliti tentang pengaruh desain kemasan, cita rasa dan variasi produk terhadap keputusan pembelian (Kurniawan Njoto, 2016). Thomson dari Universitas Sumatra Utara meneliti tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Thomson, 2012). Amrullah dkk dari Universitas Mulawarman Samarinda meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Amrullah, Siburian, & Zainurossalamia, 2016).

Pada penelitian terdahulu tersebut, peneliti mengamati cukup banyak peneliti lain yang meneliti dari segi cita rasa dan kualitas pelayanan. Berdasarkan kajian tentang fenomena, tinjauan literature, dan pra-survey yang peneliti teliti, yaitu kurangnya tingkat keputusan pembelian terhadap cita rasa dan kualitas pelayanan

yang diberikan oleh Kafe Titik Beku yang berkaitan dengan keputusan pembelian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Pada Kafe Titik Beku Harapan Indah, Bekasi.

Sebelum peneliti melanjutkan penelitian, peneliti melakukan studi literature yang berkaitan dengan hasil penelitian. Pangenggar dkk dari Universitas Diponegoro Semarang dalam penelitian terdahulu yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada konsumen Warung Kopi Tunjang Kafé dan Restaurant mendapatkan hasil terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi t hitung sebesar 9,733 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98447, sehingga H_0 diterima (Pangenggar, Nurhidayat, & Nurseto, 2014). Imantoro dkk dari Universitas Brawijaya Malang dalam penelitian terdahulu yang berjudul pengaruh citra merek, iklan dan cita rasa terhadap keputusan pembelian konsumen merek indomie di wilayah Um Al-Hamam Riyadh di dapat hasil penelitian variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,642 dan t tabel sebesar 2,013. Karena t hitung $>$ t tabel, maka pengaruh cita rasa (X_3) mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian (Y) (Imantoro, Suharyono, & Sunarti, 2018). Kurniawan Njoto dari Universitas Ciputra Surabaya dalam penelitian terdahulu yang berjudul pengaruh desain kemasan, cita rasa dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Bumi Anugrah mendapatkan hasil nilai signifikansi uji t variabel cita rasa adalah sebesar $0,017 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa (X_2) memiliki pengaruh secara parsial signifikansi terhadap keputusan pembelian (Y) (Kurniawan Njoto, 2016). Amrullah dkk dari Universitas Mulawarman Samarinda dalam penelitian terdahulu yang berjudul pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda mendapatkan hasil nilai t hitung sebesar 2,713 dengan tingkat signifikansi 0,009 yang lebih kecil dari 0,05, berarti secara parsial kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian. Dengan demikian ha diterima dan ho ditolak (Amrullah, Siburian, & Zainurossalamia, 2016).\

Berdasarkan uraian diatas peneliti melakukan penelitian ini untuk menggali dampak dari cita rasa dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh kafe Titik Beku. Oleh sebab itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafé Titik Beku Harapan Indah, Bekasi.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian di kafe Titik Beku Harapan Indah, Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di kafe Titik Beku Harapan Indah, Bekasi?
3. Bagaimana pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian di kafe Titik Beku Harapan Indah, Bekasi?

1.3 Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti hanya membahas variabel Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan keputusan pembelian
2. Objek penelitian adalah konsumen yang mengetahui Kafe Titik Beku di Harapan Indah atau sudah pernah melakukan pembelian di kafe Titik Beku.
3. Ruang lingkup penelitian adalah Kota Harapan Indah.
4. Waktu penelitian ini akan dilaksanakan pada 21 February 2020 – 21 Juni 2020.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dibuat untuk menjawab dari rumusan masalah yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian di kafe Titik Beku Harapan Indah Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di kafe Titik Beku Harapan Indah Bekasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian di kafe Titik Beku Harapan Indah Bekasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat dari penelitian ini dibuat untuk:

Akademik

1. Untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan serta memperkaya ilmu bagi para akademisi tentang penelitian bagaimana cara berbisnis dengan baik.
2. Memberikan kontribusi pemikiran bagi pihak peneliti untuk menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk *Café* Titik Beku
3. Sebagai referensi guna memberi pengetahuan serta manfaat bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

Praktis

1. Bagi pihak manajemen, penelitian yang telah dibuat diharapkan dapat membantu perusahaan sebagai evaluasi untuk pihak manajemen kafe Titik Beku terutama dalam menghadapi persaingan secara meningkatkan stabilitas dalam bisnis.
2. Bagi peneliti, penelitian ini sangat memberikan dampak kepada peneliti dalam menerapkan serta mengembangkan strategi bisnis yang akan dilakukan.

3. Bagi peneliti lain, beberapa teori, kandungan dalam penelitian dan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk acuan yang akan mereka kerjakan.

1.6 Sistematika Penelitian

Penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang berkaitan dengan tema penelitian, teori, paradigma, dan cara pandang serta tinjauan literatur dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan cita rasa, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada Bab ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan untuk melakukan penelitian, pada kasus ini peneliti menggunakan metode kuantitatif, meliputi variabel penelitian, operasional variabel, pemilihan sampel, jenis data, sumber data, pengumpulan data, dan prosedur pengujian.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini menjelaskan mengenai hasil pengujian dari data berdasarkan metode, analisis dari data yang telah diuji dan pembahasan data yang telah dibahas menjadi informasi yang siap digunakan untuk memecahkan permasalahan.

BAB 5 SIMPULAN dan SARAN

Pada Bab ini menjelaskan mengenai simpulan dari penelitian berikut dengan keterbatasan yang dialami, serta saran yang dapat penulis berikan pada obyek yang diteliti.