

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih saat ini, maka perdagangan semakin bertambah maju. Di sisi lain pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi merupakan pasar yang baik bagi perusahaan barang dan jasa untuk memasarkan produknya.

Dalam pemasaran, pembeli atau konsumen adalah raja. Jadi sudah sepantasnya jika apabila mereka dimanjakan dengan berbagai macam kemudahan dan fasilitas. Keinginan dan kebutuhan yang dimiliki oleh konsumen sangatlah banyak, oleh sebab itu perusahaan harus peka terhadap apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen. Persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan sejenis akan semakin nyata dan perusahaan yang memahami konsumen saja yang akan mampu menarik konsumen, sehingga mereka mampu bertahan dan memiliki banyak konsumen.

Di era globalisasi yang melanda dunia menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Di satu sisi, era globalisasi memperluas pasar produk, di sisi lain keadaan tersebut menimbulkan persaingan yang semakin tajam, dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih. Konsumen atau masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi suatu produk, baik itu barang maupun jasa cenderung menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan mengikuti arus mode yang ada saat ini

Seiring dengan berkembangnya teknologi, maka kebutuhan manusia akan barang-barang dengan harga murah sudah dipandang menjadi hal yang sensitif. Kotler (1997) menyatakan bahwa "secara tradisional, harga adalah penentu utama untuk menentukan suatu keputusan pembelian". Selain itu harga menjadi faktor penentu dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan perusahaan. Konsumen pada saat krisis ekonomi, pendapatan mereka secara riil mengalami penurunan. Hal ini terjadi pada saat harga barang mengalami kenaikan tetapi tidak diikuti dengan kenaikan pendapatan yang mereka terima, ketidakseimbangan antara pendapatan dan kenaikan harga inilah yang menyebabkan mereka cenderung selektif dalam mengkonsumsi barang terlebih terhadap harga.

Kepuasan konsumen akan mempengaruhi niat konsumen untuk tetap memilih atau menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan atau penyedia jasa/merek jasa, atau akan berpindah ke perusahaan atau penyedia jasa/merek jasa lain yang mampu memberi kepuasan yang lebih baik. Apabila konsumen tidak puas, pada umumnya mereka akan beralih ke penyedia jasa/merek jasa lain.

Terdapat berbagai kemungkinan konsumen berpindah dari penyedia jasa/merek jasa lainnya. Pemahaman tentang alasan ke pindahan konsumen perlu dipahami oleh pemasar agar dapat merumuskan strategi yang tepat sehingga mampu mengarahkan konsumen loyal terhadap perusahaan.

Kafe adalah usaha komersil yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan pelayanan makanan dan minuman ringan disertai fasilitas musik. Dengan hiburan yang tertata rapi dan ruang yang nyaman akan menarik konsumen atau pelanggan, karena saat ini sangat diperlukan suatu tempat yang dapat menghilangkan

Ada faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk datang ke kafe diantaranya tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, usia, faktor mencari hiburan dan melakukan kencan. Untuk memudahkan langkah yang ditempuh peneliti dan mencegah kekaburan dalam pemahaman menganalisis tingkat perbandingan terhadap pemilihan kafe, dalam penelitian ini mengambil dua kafe untuk dilakukan penelitian yaitu Palm's Kafe dan Tropis Kafe.

Palm's Kafe terletak di daerah Umbul Harjo Yogyakarta, kafe ini mempunyai tempat atau fasilitas yang lengkap seperti tempat untuk *meeting*, berbagai macam makanan dan minuman selain itu juga menyuguhkan *live* musik. Sedangkan Tropis Kafe terletak di jalan Timoho Yogyakarta, kafe ini juga memiliki fasilitas yang lengkap. Dalam penelitian ini masalah yang akan diteliti adalah persepsi konsumen terhadap iklan, *sound system*, hiburan *live*, suasana kafe, keamanan kafe, harga makanan dan minuman, variasi makanan, melakukan kencan, melakukan *meeting* / pertemuan bisnis dan lokasi kafe dalam memilih kafe di Kota Yogyakarta.

Dalam penelitian ini yang akan diteliti adalah preferensi konsumen Palm Kafe dan Tropis Kafe. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **"Analisis Komparasi Tingkat Preferensi Konsumen Terhadap Pemilihan Kafe Di Kota Yogyakarta"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah yang perlu diteliti adalah:

Bagaimana persepsi konsumen Palm Kafe dan Tropis Kafe terhadap asumsi pemilihan kafe (iklan, *sound system*, hiburan *live*, suasana kafe, keamanan kafe,

harga makanan dan minuman, variasi makanan, melakukan kencan, melakukan *meeting* dan lokasi kafe) di kota Yogyakarta.

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui persepsi konsumen Palm Kafe dan Tropis Kafe terhadap asumsi pemilihan kafe (iklan, *sound system*, hiburan *live*, suasana kafe, keamanan kafe, harga makanan dan minuman, variasi makanan, melakukan kencan, melakukan *meeting* dan lokasi kafe) di kota Yogyakarta.

D. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian terdiri dari dua manfaat yaitu :

1. Manfaat di bidang praktik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan aplikasi dalam ilmu pengetahuan yang didapatkan dari bangku kuliah terhadap keadaan yang nyata, serta menambah ilmu pengetahuan, yang dijadikan sebagai bahan literatur dan referensi bagi mahasiswa maupun segenap aktivitas akademik untuk penelitian.

2. Manfaat di bidang teoritis.

Bagi Palm Kafe dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan fasilitas yang ada dibandingkan dengan Kafe Tropis. Sedangkan bagi Tropis Kafe sebagai bahan acuan untuk lebih meningkatkan pelayanan fasilitas yang lebih lengkap lagi