

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia telah berkembang dengan sangat pesat. Banyak para pelaku usaha yang berlomba-lomba membangun bisnis di berbagai macam sektor bisnis seperti sektor industri pertanian, sektor kreatif, sektor transportasi, sektor komunikasi, dan beberapa sektor lainnya. Terutama yang paling banyak ditemui adalah bisnis di sektor kuliner. Hal itu dikarenakan makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer yang diperlukan bagi manusia. Masyarakat Indonesia juga merupakan masyarakat dengan tingkat konsumtif yang tinggi terutama dalam sektor kuliner. Banyak dari berbagai kalangan yang menikmati dalam hal kuliner ini seperti pekerja, pelajar/mahasiswa, yang tua maupun yang muda. Tak heran banyak para pelaku usaha yang ingin membangun usaha dalam bidang kuliner. Contohnya seperti restoran atau café.

Café merupakan tempat makan dan minum dengan menyeguhkan suasana yang nyaman untuk bersantai, tempat untuk nongkrong bersama kerabat atau keluarga sambil berfoto-foto, tempat untuk pelajar/mahasiswa yang ingin mengerjakan tugas sembari menikmati suasana café yang ada menjadi tempat untuk para pekerja kantoran untuk rapat atau meeting dengan rekan bisnisnya, bahkan menjadi tempat untuk mengadakan acara atau *party* seperti ulangtahun dan lain sebagainya.

Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan suatu unsur dimana hal ini dilihat sebagai sebuah peluang oleh pelaku usaha. Hal ini juga membuat para

pelaku usaha harus memikirkan strategi pemasaran seperti apa yang tepat untuk mencapai sebuah tujuan dari bisnis tersebut. Bagaimana membuat pelanggan menjadi berdatangan bukan hanya dari daerah sekitar bahkan dari luar daerah atau mungkin turis dari mancanegara ini tergantung dari konsep yang pelaku usaha itu hadirkan dalam café tersebut. Mulai dari interior suatu café yang berkonsep tradisional bahkan modern, adapun makanan yang di tawarkan mulai dari makanan tradisional, Asian, sampai *Western*. Ditambah lagi kemudahan-kemudahan yang ditawarkan melalui adanya social media ini membuat segala hal di zaman sekarang sangat bisa dijangkau. Kebereagaman ini membuat para pelaku usaha semakin bersaing untuk menarik konsumen dari berbagai macam kalangan mulai dari yang muda hingga tua.

Banyaknya para pelaku usaha bisnis kuliner dan café ini yang menawarkan produk dan harga yang bervariasi. Selain itu para pelaku usaha harus memikirkan sesuatu yang menarik perhatian konsumen dengan berbagai macam strategi, kreasi inovasi dan ciri khas makanan maupun minuman yang ditawarkan oleh café tersebut. Dalam mengunjungi suatu café para konsumen berhak menentukan café yang akan dipilihnya. Mulai dari beberapa faktor seperti persepsi kualitas pelayanan harus menjadi prioritas sebuah café, persepsi harga terhadap produk makanan dan minuman, lokasi yang terjangkau, dan *word of mouth* agar meyakinkan konsumen agar melakukan suatu keputusan pembelian.

Dengan mempertimbangkan variabel-variabel diatas seperti persepsi kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian dan juga banyaknya minat dalam sektor kuliner yang mana bisa dilihat

dari data laporan usaha pada tabel berikut, akhirnya peneliti mengusulkan objek penelitian café yang hits di Yogyakarta yaitu café Kalluna. Berikut adalah data laporan usaha DIY pada jumlah usaha per sektor ekonomi 2021:

Tabel 1.1
Data Laporan Usaha DIY
Jumlah Usaha per Sektor Ekonomi 2021

No	Jumlah usaha	Tahun 2021	Satuan
1	Perdagangan	n/a	Unit
2	Aneka Usaha	n/a	Unit
3	Industri Pertanian	n/a	Unit
4	Industri non Pertanian	n/a	Unit
5	Sektor Pertanian	1.256	Unit
6	Sektor Perdagangan	45.328	Unit
7	Sektor Kelautan dan Perikanan	825	Unit
8	Sektor Kehutanan	12	Unit
9	Sektor Energi dan Sumber Daya Mineral	53	Unit
10	Sektor Transportasi	6.560	Unit
11	Sektor Komunikasi	90	Unit
12	Sektor Pariwisata	124	Unit
13	Sektor Jasa Kesehatan	131	Unit
14	Sektor Konstruksi	513	Unit
15	Sektor Real Estate, Usaha Persewaan	624	Unit
16	Sektor Jasa Pendidikan	179	Unit
17	Sektor Industri Pengolahan	209.343	Unit
18	Sektor Kreatif	10.834	Unit
19	Jasa Perorangan yang Melayani Rumah Tangga	8.741	Unit
20	Sektor Kuliner	46.365	Unit

Sumber: <http://bappeda.jogjaprovo.go.id>

Data pada tabel 1.1 diatas merupakan jumlah usaha per sektor ekonomi pada tahun 2021 di Yogyakarta. Dalam data tersebut terlihat bahwa sektor kuliner adalah terbesar kedua. Hal ini berarti usaha kuliner seperti café atau restoran sangat menggiurkan. Hal ini yang menjadi acuan peneliti mengambil sektor kuliner khususnya café menjadi objek penelitian.

Adapun pertanyaan yang muncul mengapa mengambil café Kalluna sebagai objek? Karena café Kalluna merupakan salah satu café terkenal dan *instagramable* yang bisa ditemukan di kawasan Jogja. Café yang menawarkan pengalaman nongkrong yang unik dan berbeda dengan café jogja pada umumnya. Café ini juga selalu ramai pengunjung setiap harinya. Adapun harga yang ditawarkan sesuai dengan makanan dan minuman yang ditawarkan. Café ini memberikan pelayanan yang cukup baik, dari penyajian yang cepat dan pelayan yang sangat ramah. Lokasi dari café ini juga termasuk strategis karena berada di tengah kota Jogja. Hal ini membuktikan konsumen merasa puas dengan produk maupun layanan yang diberikan café Kalluna sehingga membuat konsumen melakukan pembelian di waktu yang berbeda. Pengalaman tersebutlah yang membuat konsumen membicarakan dan memberitahukan kepada orang lain tentang produk atau layanan café tersebut dari mulut ke mulut sehingga orang lain dapat melakukan keputusan pembelian di café Kalluna.

Café Kalluna merupakan salah satu café yang ada di Yogyakarta yang bertempat di Jl. Sajiono No.13, Kotabaru. Kec. Gondokusuman, DIY 55224. Lokasi ini sangatlah strategis karena hanya berjarak sekitar lima menit dari pusat kota Malioboro Yogyakarta. Café Kalluna di desain dengan gaya modern dan sentuhan dekorasi bohemian *vintage* yang berpadu dengan konsep Santorini, dan juga cafenya yang didominasi warna putih dengan desain temboknya melengkung terkesan seperti negara Yunani.

Café Kalluna menyajikan berbagai macam minuman dan makanan yang sangat bervariasi ditambah lagi penyajian dari makanan dan minuman sangat unik.

Adapun beberapa makanan mulai dari masakan jawa, *indonesian food*, *assian food*, dan juga *western food*.

Penelitian ini merupakan replikasi murni dari Nurcahyo dan Khasanah (2016). Persamaan dalam peneliti ini adalah meneliti variabel yang sama, sedangkan perbedaannya adalah objek penelitian yang dulu yaitu Taman Joglo Café Semarang dan subjek penelitian yaitu pengunjung café tersebut. Objek penelitian sekarang yang diambil yaitu Café Kalluna dan subjek penelitiannya yaitu pengunjung café Kalluna tersebut. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti akan meneliti “Analisis Persepsi Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Café Kalluna Yogyakarta).

B. Rumusan Masalah

- a. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada café Kalluna?
- b. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada café Kalluna?
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada café Kalluna?
- d. Apakah *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada café Kalluna?

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada café Kalluna.

- b. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada café Kalluna.
- c. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada café Kalluna.
- d. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada café Kalluna.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini sebagai informasi dan referensi dalam menambah pengetahuan khususnya terhadap persepsi kualitas layanan, persepsi harga, lokasi, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan referensi untuk penelitian berikutnya dengan topik yang serupa

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi café Kalluna Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan yang bermanfaat bagi pengelola terkait hasil penelitian guna digunakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat kebijakan dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada café Kalluna Yogyakarta.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan untuk perkembangan penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran dalam bentuk skripsi atau tugas akhir untuk menambah referensi bagi penelitian yang sejenis untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dalam penulisan karya ilmiah, serta sebagai bentuk pengaplikasian dan pengembangan teori yang diperoleh selama berada dibangku kuliah terhadap fenomena lapangan yang sebenarnya.