

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Brix Coffee and Kitchen Klaten**

Brix Coffee and Kitchen adalah sebuah café yang didirikan oleh sekelompok komunitas anak muda di Klaten pada tahun 2017, berawal dari anggota yang gemar mengkonsumsi kopi dan berkeliling, kemudian secara bersama-sama memikirkan sesuatu yang lebih. Brix Coffee and Kitchen pertama kali di bentuk dan beroperasi dengan menyewa tempat di salah satu gedung di samping tugu Pandawa Lima, Bramen, Klaten, suatu lokasi yang sangat strategis di Kota Klaten dengan pemandangan suasana kota yang selalu ramai. Kemudian pada tahun 2018, mereka akhirnya memutuskan untuk berpindah tempat dengan suasana yang lebih nyaman dan luas.

Brix Coffee and Kitchen memiliki konsep open café yang dimana pengunjung dapat melihat proses pembuatan menunya secara langsung, sehingga membuat ketertarikan tersendiri kepada para pengunjungnya pada saat itu. Selain dengan konsep open café yang menjadi daya tarik tersendiri, Brix Coffee and Kitchen juga berekja sama dengan warga lokal setempat untuk menghadirkan menu angkringan yang menjadi salah satu ciri khas jajanan sederhana masyarakat Klaten dan juga membuat Live Music dengan menggandeng band-band lokal dan komunitas Stand Up Comedy di Klaten untuk sekedar menghibur para pengunjung yang datang.

Brix Coffee and Kitchen hingga saat ini telah memiliki cabang sebanyak 5 gerai yang tersebar di beberapa daerah di Klaten. Cabang pertama di buka di Kecamatan Wedi pada tahun 2020, kemudian di tahun yang sama juga membuka cabang dengan bekerja sama dengan Janti Park, sebuah tempat wisata yang terletak di Janti, Cokro, Kecamatan Tulung, cabang ketiga dibuka pada tahun 2021 dengan bekerja sama dengan pihak kolam renang Umbul Susuhan di Kecamatan Jatinom, dan cabang yang terbaru adalah dengan membuka café di Rowo Jombor pada tahun 2022. Seluruh gerai yang dibuka memiliki konsep yang sama yaitu open kitchen.

#### **1.1.2 Menu Brix Coffee and Kitchen Klaten**

Brix Coffee and Kitchen yang mengusung tema open kitchen memiliki berbagai pilihan menu yang dapat di pilih untuk para pengunjungnya, baik itu menu kopi maupun menu non-kopi, selain itu, Brix Coffee and Kithen tidak hanya menawarkan

produk minuman kopi saja, tetapi juga menyediakan berbagai jenis makanan, baik makanan ringan maupun makanan berat. Berikut adalah menu-menu yang ditawarkan oleh pihak Brix Coffee and Kitchen:

a. Menu Minuman



Gambar 1. 1 Menu Minuman pada Brix Coffee and Kitchen

Sumber: Dokumentasi pribadi penulis (2023)

b. Menu Makanan

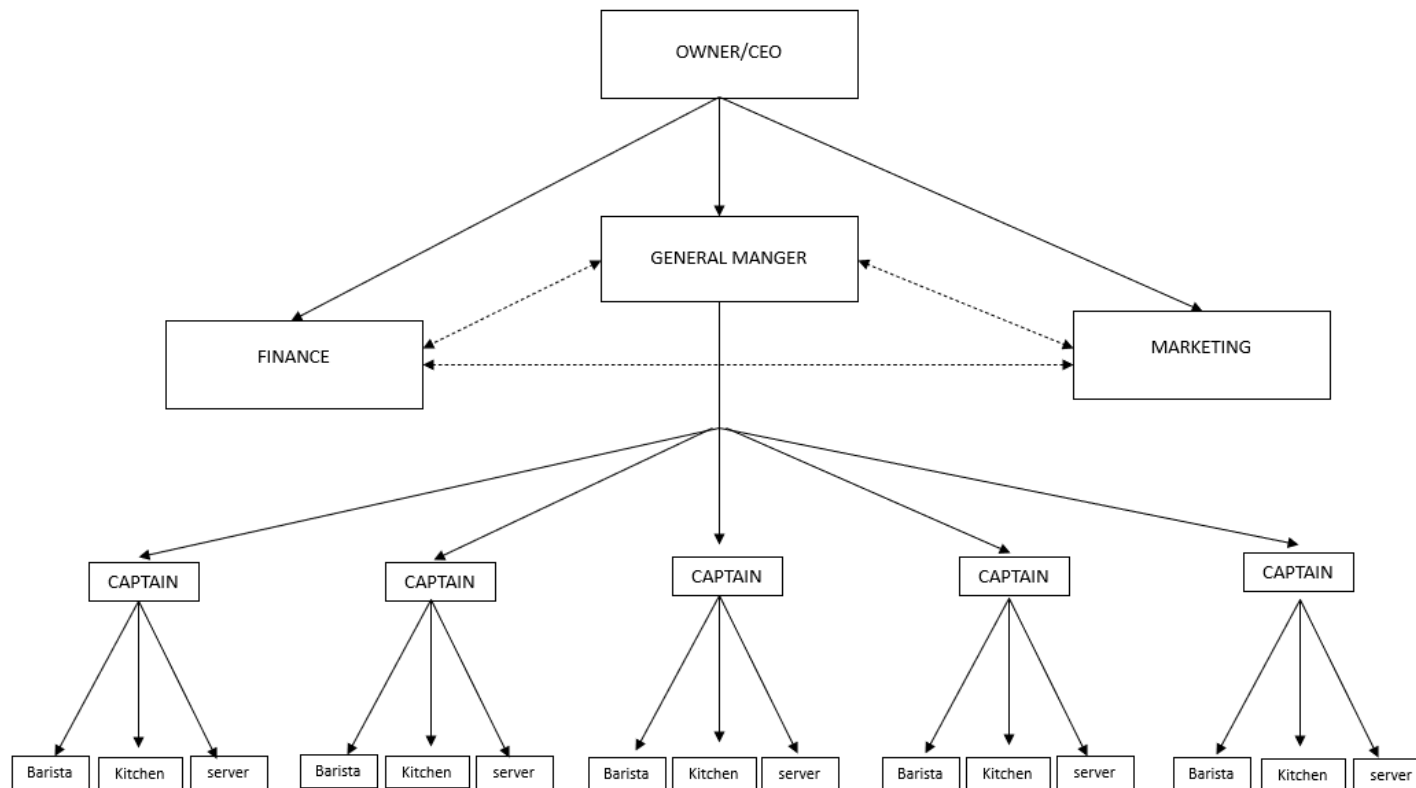


Gambar 1. 2 Menu Makanan pada Brix Coffee and Kitchen

Sumber: Dokumentasi pribadi penulis (2023)

### 1.1.3 Struktur Organisasi Brix Coffee and Kitchen Klaten

Dalam mengelola operasionalnya, Brix Coffee and Kitchen memiliki struktural organisasi berikut:



\*Ket: Captain adalah pemimpin pada tiap cabang Brix Coffee and Kitchen

Gambar 1. 3 Struktur Organisasi pada Brix Coffee and Kitchen Klaten

Sumber: Hasil wawancara dengan General Manager Brix Coffee and Kitchen (2023)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Persaingan usaha yang semakin ketat membuat kita harus bisa untuk selalu berfikir kreatif dalam mengembangkan sebuah usaha. Keadaan ini mengakibatkan tingkat persaingan dalam memperebutkan dan mempertahankan konsumen sangat tinggi. Menentukan usaha yang memiliki prospek cerah dan bagus harus dilakukan sebelum memutuskan usaha apa yang hendak dijalankan karena setiap usaha akan mengalami banyak rintangan yang ketat terutama dari para pesaingnya agar konsumen tetap bertahan dalam melakukan keputusan pembelian dari produk yang ditawarkan.

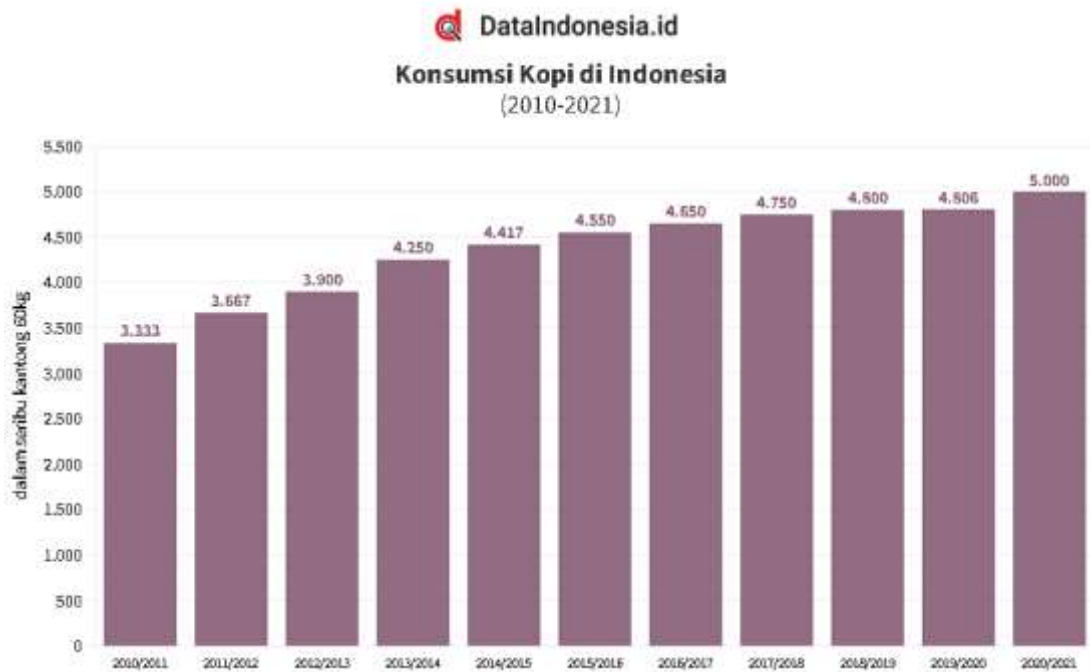
Salah satu usaha yang sedang banyak diminati saat ini adalah usaha kopi. Kopi merupakan minuman yang paling banyak diminati oleh kebanyakan orang di Indonesia. Masyarakat menjadikan kopi sebagai minuman untuk menambah konsentrasi, menghilangkan penat, berbincang, dll, oleh para penikmat kopi hingga sampai saat ini menjadi *trend* di kalangan pemuda di Indonesia. Hal ini di dukung oleh status negara Indonesia yang menjadi produsen kopi terbesar ke-tiga di dunia, berikut adalah daftar negara dengan produksi kopi terbesar di dunia:



Gambar 1. 4 Negara Produsen Kopi Terbesar di Dunia

Sumber : *Indonesiabaik.id*, 2023

Selain merupakan negara produsen kopi terbesar ke-empat di dunia, di Indonesia juga terjadi peningkatan konsumsi kopi domestik, hal ini dapat dilihat dari grafik berikut:



Gambar 1. 5 Peningkatan Konsumsi Kopi Di Indonesia

Sumber: *DataIndonesia.id, 2023*

Peningkatan konsumsi kopi tersebut menjadi peluang bagi para pelaku usaha kedai kopi (*coffee shop*) untuk bersaing dan mengembangkan usahanya karena bahan baku yang mudah di dapatkan membuat setiap orang bisa dapat dengan mudah melakukan bisnis *coffee shop* dan hal ini juga dapat menjadi salah satu penunjang semakin banyaknya pelaku bisnis *coffee shop* di Indonesia.



Gambar 1. 6 Pertumbuhan Gerai Kopi di Indonesia

Sumber: *insight.toffin.id* (diakses penulis pada 2023)

Hasil riset TOFFIN (2019), perusahaan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri HOREKA (Hotel, restoran, dan kafe) di Indonesia, menunjukkan jumlah kedai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016 yang hanya sekitar 1.000. Angka riil jumlah kedai kopi ini bisa lebih besar karena sensus kedai kopi itu hanya mencakup gerai-gerai berjaringan di kota-kota besar, tidak termasuk kedai-kedai kopi independen yang modern maupun tradisional di berbagai daerah.

Salah satu kota yang sedang gencar dengan pertumbuhan bisnis *coffee shop* adalah Klaten, Jawa Tengah, data pertumbuhan *coffee shop* di Klaten dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Coffee Shop Di Klaten

<i>Tahun</i>	<i>Jumlah</i>
2018	102
2019	114
2020	139
2021	162
2022	177

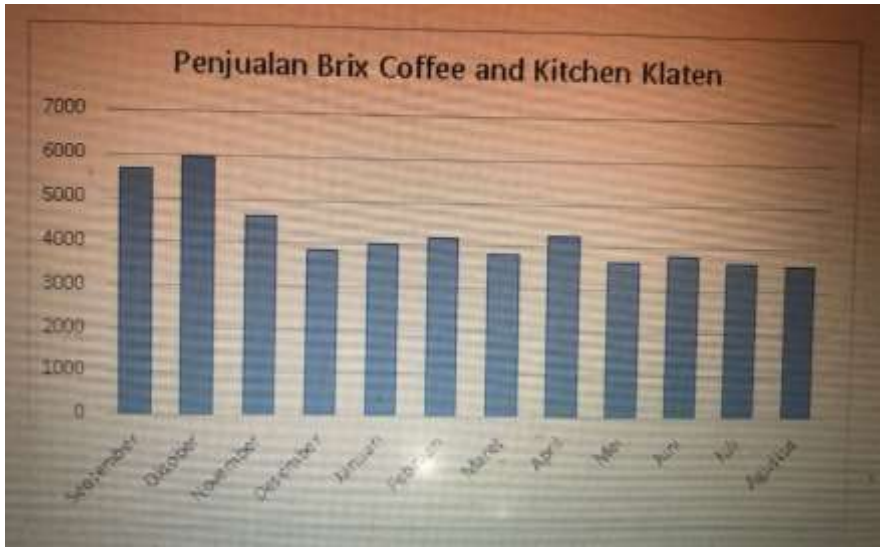


2023	198
------	-----

Sumber: Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga (DISPARBUDPORA) Kabupaten Klaten, 2024

Berdasarkan pada table 1.2 di atas, terjadi pertumbuhan *coffee shop* dari tahun 2018 mengalami peningkatan berdasarkan data dari DISPARBUDPORA Kabupaten Klaten. Pertumbuhan ini di dukung oleh trend yang saat ini terjadi di kalangan para remaja yang gemar mengunjungi tempat-tempat “ngopi” untuk sekedar berkumpul dengan temannya ataupun mengunjungi dan memanfaatkan fasilitas yang diberikan untuk melakukan berbagai kegiatan seperti kuliah, mengerjakan tugas, bekerja, dan mengerjakan kegiatan lain yang membuat *coffee shop* menjadi sebuah destinasi tempat untuk dikunjungi.

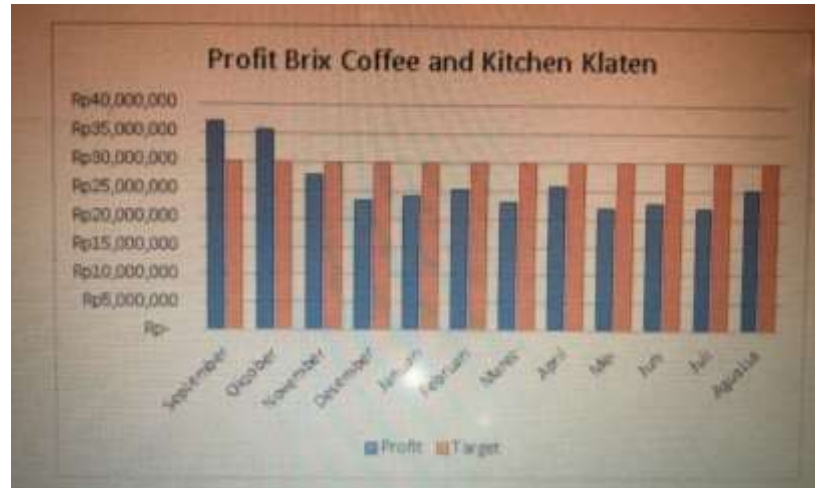
Salah satu tempat *coffee shop* di Klaten yang saat ini sedang gencar untuk mengembangkan coffeenya adalah “Brix Coffee and Kitchen”, berdiri sejak tahun 2017, yang mengusung tema open area yang tidak hanya menawarkan produk kopi saja, tetapi juga menawarkan konsumen tempat dan fasilitas yang dapat digunakan seperti wifi dan kitchen area yang mana konsumen dapat melihat langsung proses pembuatan makanan dan minuman. Namun, belakangan ini, Brix Coffee and Kitchen mengalami penurunan penjualan, penurunan penjualan tersebut dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Gambar 1. 7 Penjualan produk Brix Coffee and Kitchen

Sumber: Hasil wawancara dengan General Manager Brix Coffee and kitchen yang dilakukan oleh penulis, 2023

Berdasarkan pada gambar 1.7 di atas, dapat dilihat bahwa selama bulan September 2022 hingga Agustus 2023, jumlah penjualan mengalami fluktuasi yang cenderung menurun, sementara disisi profit, Brix Coffee and Kitchen Klaten juga cenderung mengalami penurunan profit, data penurunan profit ini dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Gambar 1. 8 Profit Penjualan Brix Coffee and Kitchen

*Sumber:* Hasil wawancara dengan General Manager Brix Coffee and kitchen yang dilakukan oleh penulis, 2023

Berdasarkan pada gambar 1.8 di atas, profit yang didapat pada bulan September 2022 hingga Agustus 2023, hanya pada periode September dan Oktober 2022 Brix Coffee and Kitchen dapat melebihi target, sedangkan selebihnya cenderung mengalami penurunan hingga tidak mencapai target yang telah ditetapkan. Penurunan ini terindikasi disebabkan diantaranya semakin bertambahnya jumlah usaha *coffee shop* yang menyebabkan opsi konsumen untuk mengunjungi semakin banyak. Hadirnya fenomena tersebut menyebabkan perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dan berupaya memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan pesaing lainnya. Tentunya hal tersebut menjadikan dasar penentu untuk dapat menarik minat daripada konsumen.

Dalam persaingan bisnis Coffee yang semakin marak saat ini, setiap pelaku bisnis termasuk pelaku bisnis Coffee harus dapat mempertahankan kelangsungan dari bisnis Coffee yang dijalankan. Agar dapat bertahan dan sukses dalam bisnis Coffee, suatu perusahaan harus dapat mempertimbangkan apa yang membuat konsumen menjadi tertarik untuk memutuskan membeli Coffee di Kedai Coffee. Kurniawan dan Sari (2017) menjelaskan keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan



keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pada intinya walaupun pemasar atau konsumen sering mengacu pada pilihan antara produk, merek dan tempat pembelian, proses pembelian biasanya juga dipengaruhi oleh hubungan baik dengan produsen. Selanjutnya, dikatakan bahwa keputusan pembelian konsumen individu dipengaruhi oleh beberapa tahap sebagai berikut: Pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku paca pembelian. Adapun faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan pembelian antara lain adalah kualitas pelayanan dan harga produk Sutoyo et.al (2022). Kualitas pelayanan membuat konsumen betah berlama-lama dan harga yang sesuai membuat konsumen loyal untuk melakukan pembelian. Menurut Oktaviani (2013) Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan pemasaran karena konsumen akan termotivasi untuk menyebarkan cerita baik tentang pelayanan atau bisnis kepada orang lain. Menurut Ryono dan Erlik (2018), harga adalah Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Preferensi konsumen salah satu yang membuat keputusan membeli adalah faktor hargaselain karena kualitas pelayanan yang diberikan.

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Saldanha (2021), terdapat dua variabel yang memiliki pengaruh terhadap keputuas pembelian, variabel tersebut adalah kualitas pelayanan dan harga. Penulis juga melakukan preliminary study mengenai permasalahan yang dirasakan oleh responden dengan menanyakan sejumlah pertanyaan mengenai variable yang di rasa responden mengenai Brix Coffee and Kitchen. Adapun variable yang ditanyakan berupa variable kualitas pelayanan, kualitas produk, store atmosphere, harga, dan word of mouth. Hasil preliminary tersebut akan dijelaskan pada table berikut:

**Tabel 1. 2 Preliminary Study Brix Coffee and Kitchen**

No	Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Skor	Ideal	Keterangan
			STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5			
1	Kualitas Pelayanan	Pelayanan yang diberikan Brix Coffee and Kitchen memuaskan	10	9	16	12	3	139	250	Cukup
			20%	18%	32%	24%	6%	55.6%	100%	

2	Harga	Harga yang ditawarkan oleh Brix Coffee and Kitchen sudah sesuai	8	16	13	9	4	135	250	Cukup
			16%	32%	26%	18%	8%	54%	100%	

*Sumber: Hasil olah data penulis, 2023*

Berdasarkan pada table 1.2 di atas, dapat dikatakan bahwa berdasarkan 50 responden, variable kualitas pelayanan dan harga masih dalam kategori cukup, kedua variable ini menjadi poin penting untuk pengelola agar dapat segera berbenah dan melakukan kajian ulang mengenai variable kualitas pelayanan dan harga, karena hal itu bisa menjadikan indikasi lain mengapa Brix Coffee and Kitchen terus mengalami penurunan penjualan dan profit dari yang sudah ditargetkan.

Dalam melakukan strategi, sebuah perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga akan terbentuk nilai konsumen yang baik (Cronin, 2000). Kualitas layanan yang unggul dan prima dapat menimbulkan perasaan senang dan puas di benak konsumen. Konsumen akan berusaha untuk mengevaluasi dengan cara membandingkan pelayanan yang didapat. Jika konsumen merasa puas, manfaat yang didapatkan sebanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan maka mereka akan cenderung tidak ragu untuk kembali melakukan pengonsumsi ulang produk. Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen akan melalui tahap pencarian informasi. Apabila sumber informasi menyatakan puas, maka akan menjadi rekomendasi positif untuk konsumen baru melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang sama, sehingga kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam upaya menciptakan keputusan pembelian yang tinggi masih terkendala kualitas pelayanan yang kurang baik. Berdasarkan observasi awal peneliti menemukan masih terdapatnya sejumlah keluhan konsumen yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan Brix Coffee and Kitchen, seperti tidak disediakannya ruangan ber-AC atau ruangan yang bebas asap rokok bagi konsumen, lamanya menunggu pesanan datang sehingga membuat pengunjung mudah bosan, terdapat beberapa karyawan yang kurang ramah dan kurang senyum kepada pengunjung, serta masih kurang pahami pengetahuan produk karyawan mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen. Jika kualitas pelayanan yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataannya maka konsumen tersebut tidak akan kembali menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Brix Coffee and

Kitchen. Apabila hal ini terjadi, maka dikhawatirkan keputusan pembelian konsumen menjadi rendah.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Menurut Kottler dan Amstrong (2018) harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Harga menjadi elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Faktor harga merupakan yang dianggap paling menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk karena apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat keseluruhan yang diberikan oleh suatu produk, maka konsumen tidak akan merasa puas atau kecewa terhadap pertukaran yang telah dilakukan dalam hal ini, harga produk yang ditawarkan oleh Brix Coffee and Kitchen menawarkan rentang harga untuk makanan antara Rp 8.000 s/d Rp 30.000, sedangkan untuk minuman memiliki rentang harga antara Rp 12.000 s/d 30.000, dalam kategori minuman. Berdasarkan dari hasil preliminary study pada table 1.2, ditemukan bahwa terdapat indikasi permasalahan mengenai harga dimana responden harga yang ditawarkan berdasarkan data pada tabel 1.2 belum sesuai dan belum bisa diterima oleh konsumen Brix coffee and kitchen. Hal ini dapat menjadi kendala dalam upaya menciptakan keputusan pembelian pada Brix Coffee and Kitchen. Jika harga yang ditawarkan oleh Brix Coffee and Kitchen lebih mahal jika dibandingkan dengan kedai setara lainnya, maka konsumen akan berpikir kembali untuk melakukan pembelian pada Brix Coffee and Kitchen, yang dapat mengakibatkan Brix Coffee and Kitchen akan kehilangan konsumennya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brix Coffee and Kitchen Klaten”.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Seiring dengan pertambahan jumlah pelaku usaha *coffee shop* di Klaten, mengakibatkan bertambah ketatnya persaingan membuat para pelaku usaha harus memiliki strategi untuk tetap dapat bertahan dan mengembangkan usahanya. Pelaku usaha *coffee shop* perlu memperhatikan strategi untuk melakukan pengembangan dan evaluasi agar dapat tetap bertahan, terutama pada kualitas pelayanan dan harga. Dalam merencanakan pengembangan strategi tersebut diperlukan penelitian dengan beberapa rumusan masalah berikut ini:

1. Bagaimana kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian pada Brix Coffee and Kitchen?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Brix Coffee and Kitchen Klaten secara parsial?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Brix Coffee and Kitchen Klaten secara simultan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisa variabel kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian pada Brix Coffee and Kitchen
2. Menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Brix Coffee and Kitchen Klaten secara parsial
3. Menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Brix Coffee and Kitchen Klaten secara simultan

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Bagi ilmu pengetahuan, sebagai bahan tambahan referensi khususnya yang berkaitan dengan masalah strategi pemasaran terhadap keberhasilan pelaku usaha *coffee shop*

##### **1.5.2 Aspek Praktis**

Kegunaan bagi para pelaku usaha sebagai berikut:

- a. Memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama pendidikan
- b. Bagi pelaku usaha di bidang *coffee shop*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mendorong konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

#### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2023 sampai dengan September 2023, lokasi penelitian bertempat pada Brix Coffee and Kitchen yang berada di Kabupaten Klaten.

## **1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Brix Coffee and Kitchen Klaten” terdiri dari tiga bab. sistematika penyajian penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang gambaran objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan Teori, Penelitian Terdahulu, Hipotesis Penelitian, dan Ruang Lingkup Penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai Jenis Penelitian, Operasional Variabel, dan Skala Pengukuran, Populasi dan Sampel, Uji Validitas dan Reabilitas, serta Teknik Analisis Data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan hasil penelitian yang diperoleh melalui seangkaian proses yang telah dijelaskan pada bab ketiga. Seluruh data yang diperoleh dianalisis sesuai dengan identifikasi masalah dan tujuan penelitian menggunakan Teknik analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

### **BAB V KESIMPULAN**

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari seluruh penelitian yang telah dilakukan, dilengkapi dengan saran yang ditujukan kepada objek penelitian terkait secara factual dan objektif. Bab ini menjadi bagian terakhir dari rangkaian proses penelitian yang dilakukan