

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dengan banyaknya industri yang berkembang dikalangan masyarakat, baik dari industri yang kecil sampai yang besar. Lampung menjadi Provinsi yang memiliki *cafe* di Daerah-daerah tertentu seperti pada Kota Metro. Sebagai kota yang lagi berkembang laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasinya pun semakin cepat. Hal ini menjadi salah satu factor pendorong terciptanya persaingan ketat di dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus-menerus berimprovisasi dan berinovasi dalam mempertahankan para pelanggannya. Bisnis yang dijalankan dewasa ini tidak lagi berorientasi pada laba dan keuntungan semata. Pemasaran aktif yang lebih berorientasi pada pelanggan lebih banyak digunakan oleh para pelaku bisnis, meskipun hal ini mengharuskan para pelaku bisnis tersebut untuk mendefinisikan "*Want And Need*" dari sudut pandang konsumen.

Kota Metro yang lebih didominasi oleh aneh-aneh pelajar membuat banyak usaha kuliner yang menawarkan berbagai jenis makanan, namun tidak terlepas dari berbagai *cafe* masih digemari, ini terbukti dengan adanya *cafe-café* baru yang hadir di Kota Metro, tetapi perubahan gaya hidup, selera dan tata cara dalam menikmati kuliner ini memunculkan kepada ide dan inovasi-inovasi yang baru. Mengenai *café* yang dianggap lebih modern dan akan lebih disukai terutama dikalangan remaja. Lokasi, kualitas dan pelayanan tidak lagi menjadi bahan pertimbangan utama bagi

para penikmat kuliner, saat ini *store atmosphere* (suasana tempat) menjadi factor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap menikmati hidangan yang telah dipesan dan disajikan.

Suasana yang nyaman dan *homey* menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk dating atau mengunjungi *café* tertentu. Bahkan tidak sedikit konsumen yang lebih memilih makanan di sebuah *café* dari pada makan di rumah dengan alasan menyukai *store atmosphere* (suasana tempat) pada *café* yang bersangkutan. Kotler, (dalam Meldarianda, 2010:98), mengatakan identitas sebuah toko, atau tempat dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas dari *atmospharenya*. Meskipun sebuah *atmosphere* toko tidak secara langsung mengkomunikasikan kualitas produk dibandingkan dengan iklan, *atmosphere* toko merupakan komunikasi secara diam-diam yang dapat menunjukkan kelas social dari produk-produk yang ada didalamnya. Sehingga menurut Kotler, (dalam Meldarianda, 2010:98), hal ini dapat dijadikan sebagai alat untuk membujuk konsumen menggunakan jasa atau memberi barang yang dijual ditoko tersebut. Baker, *et al*, (dalam Meldarianda 2010:98), juga menambahkan bahwa dengan menunjukan sebuah toko yang memiliki *atmosphere* yang baik dan elegan, maka toko tersebut dapat memberikan kesan social yang baik dimata konsumen, dan jika kesan positif dapat berlangsung lama maka toko tersebut akan menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk menggunakan jasa atau membeli barang ditoko tersebut. Sebuah *café* yang mengalami fenomena permasalahan *store atmosphere* dan minat beli yang telah dijelaskan diatas adalah Kayu Watu *foodcourt N Café* Metro. *Café* ini

merupakan sebuah *café* dengan desain yaitu *outdoor* area. Ruangan *outdoor* ini terdiri dari pilihan saung-saung yang memiliki pemangdangan pepohonan.

*Store atmosphere* (suasana tempat) di Kayu Watu *foodcourt N café* Metro memiliki suasana yang baik serta nyaman dan memiliki saung-saung yang memadai namun memiliki kekurangan yang dikeluhkan oleh beberapa konsumen, karna pada saung-saung yang telah disediakan tidak memiliki bantal-bantal ataupun matras tempat duduk, sehingga adanya sebagian konsumen mengeluhkan untuk masalah tersebut. Selain itu konsumen itu mengeluhkan sabun pencuci tangan yang tidak tersedia serta air keran yang habis. Banyaknya konsumen yang berkunjung untuk menikmati makanan dan minuman yaitu pada hari sabtu dan minggu, bulan ramadhan, hari raya serta tahun baru maka jumlah pengunjung dapat memadati Kayu Watu *foodcourt N café* Metro sehingga minat beli konsumen meningkat. Sedangkan pada bulan September sampai dengan Oktober yaitu adanya pengaruh factor cuaca hujan, factor ini sangat mempengaruhi kegiatan Kayu Watu *foodcourt N café* Metro akan berhenti beroperasi dikarnakan cuaca yang tidak mendukung atau factor alam. Serta pada saat menjelang liburan sekolah atau kuliah maka minat beli akan mengalami penurunan dari sebelumnya. Karna mayoritas konsumen di Kayu Watu *foodcourt N café* Metro merupakan pelajar serta mahasiswa yang berkunjung.

Pada saat melakukan penelitian pada Kayu Watu *foodchout N café* Metro adapun variasi menu yang disediakan dapat dilihat pada tabel 1.1

**Tabel 1 Daftar Variasi Menu Dan Harga Kayu Watu *Foodcourt N Café Metro*  
Tahun 2019**

<b>No</b>	<b>Daftar Menu</b>	<b>Harga</b>
1	Beef Steak	Rp. 27.000
2	Nasi Bakar Kambing	Rp. 30.000
3	Sop Daging	Rp, 20.000
4	Seblak	Rp. 15.000
5	Nasi Bakar Seafood	Rp. 26.000
6	Bakso Bakar	Rp. 11.000
7	Ikan Mas Bakar / Ayam	Rp. 14.000
8	Nasi Goreng Bakso / Bakar	Rp. 15.000
9	Pindang Baung	Rp. 23.000
10	Pecel Lele	Rp. 8.000
11	Udang Saus Tiram	Rp. 22.000
12	Cumi Lada Hitam	Rp. 22.000
13	Bebek Bakar / Goreng	Rp. 20.000
14	Ayam Bakar/ Goreng/ Geprek	Rp. 14.000
15	Jus Alpukat	Rp. 8.000
16	Jus Mangga	Rp. 8.000
17	Capuchino	Rp. 9.000
18	Milkshake Coklat	Rp. 11.000
19	Rainbow Squash	Rp. 9.000
20	Coffee Float Chocolate	Rp. 10.000

Sumber : Kayu Watu Foodcourt N café Metro Tahun 2020.

Berdasarkan tabel 1 menggambarkan jumlah variasi menu yang disediakan dan memiliki berbagai tariff harga mulai dari yang murah sampai dengan harga yang cukup mahal. Namun Kayu Watu *foodcourt N Café Metro* ini beroperasi setiap hari Senin-Minggu pukul 09.00-22.00. pada hari minggu *café* ini ramai pengunjung dari dalam luar kota. Pada hari senin dimulai pukul 09.00 samapi dengan pukul 22,00 WIB sedangkan pada hari sabtu dan minggu yaitu dimulai pukul 09.00 sampai dengan pukul 23.00 WIB.

Setiap konsumen memiliki selera makan yang berbeda-beda. Jika Café menyediakan menu yang beranekaragam atau bervariasi akan memudahkan Café untuk menarik minat beli konsumen. Namun variasi menu yang disediakan oleh Kayu Watu Foodcourt N Café Metro yang ditawarkan kepada pelanggan monoton atau tidak ada perbedaan dengan yang disediakan oleh Café lainnya. Maka dari itu Kayu Watu Foodcourt N Café Metro harus menawarkan variasi menu yang beragam. Munculnya menu-menu yang beragam dapat memberikan dampak yang baik kepada café untuk menarik minat beli konsumen.

Berikut merupakan data penjualan pada Kayu Watu foodcourt N Café yang ditaksir pada tahun 2019.

**Tabel 2 Jumlah Konsumen Pada Kayu Watu Foodcourt N café Metro Perbulan pada Tahun 2019**

No.	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Januari	2000
2	Febuari	1900
3	Maret	1500
4	April	1300
5	Mei	2500
6	Juni	2800
7	Juli	1300
8	Agustus	1500
9	September	1200
10	Oktober	1000
11	November	1550
12	Desember	2700
	<b>Jumlah</b>	<b>21250</b>

Sumber : Kayu Watu Foodcourt N café Metro Tahun 2020

Dari Tabel 2 jumlah konsumen yang datang di Kayu Watu Foodcourt N café Metro per bulan pada tahun 2019 mengalami fluktuasi setiap bulannya. Jika dilihat dari tabel diatas jumlah konsumen tertinggi terjadi pada bulan juni yaitu sebanyak 2800.

Jumlah konsumen yang datang di Kayu Watu Foodcourt N café Metro tertinggi pada bulan juni dikarenakan pada bulan tersebut merupakan hari raya idul fitri. Jumlah konsumen yang datang tertinggi selanjutnya yaitu pada bulan ramadhan dimana banyak para konsumen yang memboking tempat tersebut untuk keperluan buka bersama. Jumlah konsumen tertinggi selanjutnya terjadi pada bulan Desember-Januari karna pada bulan tersebut merupakan Natal dan Tahun Baru. Penurunan jumlah konsumen terjadi pada bulan September-Oktober biasanya dipicu penurunan jumlah konsumen tersebut karena adanya factor cuaca. Kemudian Jumlah konsumen mulai meningkat kembali pada bulan November-Desember

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan maka peneliti mengambil penelitian dengan judul “PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* VARIASI MENU DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KAYU WATU FOODCOURT N CAFÉ METRO

## **B. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya keluhan-keluhan dari sebagian para konsumen di Kayu Watu foodcourt N Café metro yaitu tidak adanya bantal duduk disetiap saung yang telah disediakan sehingga konsumen merasa kurang nyaman.
2. Di Kayu Watu *foodcourt N Café Metro* memiliki produk yang beragam sehingga dapat dijadikan sebagai daya tarik bagi konsumen, namun sebagian menu dibandrol dengan harga yang kurang bersahabat bagi kalangan pelajar.
3. Banyaknya konsumen yang mengeluh bawa fasilitas yang disediakan kurang terhadap kenyamanan konsumen.
4. Penyajian pesanan makanan dan minuman membutuhkan waktu yang lama
5. Tidak adanya hiburan seperti live music akustik yang disediakan oleh pihak Kayu Watu *foodcort N Café Metro*.

## **2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka penelitian ini mengangkat permasalahan *store atmosphere*, Variasi menu dan harga terhadap minat beli. Dengan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Kayu Watu *Foodcourt N Café Metro*?
2. Apakah Variasi Menu berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Kayu Watu *foodcourt N Café Metro*?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Kayu Watu *foodcourt N Café Metro*?
4. Apakah *Store Atmosphere*, Variasi Menu dan Harga terhadap minat beli konsumen Kayu Watu *Foodcort N Café Metro*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada Kayu Watu *foodcort N Café Metro*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Variasi Menu terhadap minat beli konsumen pada Kayu Watu *Foodcourt N Café Metro*.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap minat beli konsumen pada Kayu Watu *Foodcourt N Café Metro*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere*, Variasi Menu dan Harga terhadap minat beli konsumen pada Kayu Watu *Foodcourt N Café Metro*.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan yang bermanfaat baik aspek teoritis, maupun aspek praktis, serta kepada pihak-pihak yang membutuhkannya.

#### **1. Aspek Teoritis**

Dalam aspek teoritis, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan demi pengembangan ilmu khususnya dibidang pemasaran.
- b. Penelitian ini akan menjadi bahan perbandingan atau acuan dalam pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya dibidang pemasaran.

#### **2. Aspek Praktis**

Dalam aspek praktis, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian ini memberikan masukan saran kepada pihak Kayu Watu *Foodcourt N Café* Metro dalam meningkatkan minat beli konsumen.

3. Bagi Pihak Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk tambahan referensi dan bahan untuk menembah literature penelitian tentang pemasaran.

### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penyusunan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan Latar Belakang Penelitian, Identifikasi dan Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II : KAJIAN TEORITIK**

Bab ini berisi tentang Deskripsi Teori, Hasil Penelitian Relevan, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang Jenis Penelitian, Objek dan Lokasi Penelitian, Metode Penelitian (Operasional Variabel, Populasi dan Sampel), Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

#### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis membahas tentang Profil Objek Penelitian Pengujian dan Hasil Analisis Data, Pembuktian Hipotesis, Pembahasan Hasil Analisis Data dan Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam perumusan masalah.

## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis membahas tentang kesimpulan yang merupakan jawaban dari permasalahan berdasarkan hasil pembahasan penelitian serta berisikan saran-saran yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR TEORITIK

LAMPIRAN-LAMPIRAN