

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup masyarakat di zaman sekarang telah mengalami perubahan dan perkembangan. Jika dulu, masyarakat tidak terlalu mementingkan urusan penampilan dan gaya hidup, tapi kini, berbeda kondisinya. Gaya hidup, mulai jadi perhatian serius. Gaya hidup, bukan lagi terbatas soal penampilan, aktivitas “nongkrong” kini juga ikut jadi kegiatan yang dilakukan anak muda maupun dewasa di suatu tempat untuk berkumpul dan melakukan kegiatan mengisi waktu luang.

Fenomena nongkrong menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam. Nongkrong di Indonesia sudah ada sejak zaman dahulu hingga sekarang dan mengalami beberapa perubahan seiring berkembangnya zaman. Pada zaman dulu, nongkrong biasanya hanya dilakukan di warung kopi kecil namun saat ini nongkrong juga dilakukan di cafe-cafe atau restoran. (<https://www.viva.co.id/indepth/fokus/1012510-nongkrong-di-kafe-tren-atau-eksistensi>)

“*Nongkrong*” merupakan kegiatan yang sering dilakukan para remaja dan orang-orang yang masih masuk dalam kategori produktif. Kegiatan ini dapat dilakukan dimana saja, termasuk di kafe-kafe atau tempat berkumpul lainnya. Nongkrong bagi anak muda merupakan salah satu kegiatan untuk mengisi waktu luang mereka setelah penat bekerja atau sekolah. Bagi para penyuka kegiatan nongkrong ini, mereka membutuhkan sarana dan prasarana yang

memadai. Sarana dan prasarana itu berupa tempat, kenyamanan yang ditawarkan, dan juga produk yang tersedia.

Disaat ini Anda akan mudah sekali menjumpai kelompok-kelompok anak muda yang duduk-duduk nongkrong karena saat ini banyak sekali tempat-tempat nongkrong yang dibuat nyaman dan semenarik mungkin untuk dibuat nongkrong. Topik obrolan saat nongkrong bisa dari hal yang penting samapi hal yang tidak penting. Jika Anda perhatikan suasana cafe-cafe yang sekarang sudah ada dimana-mana dengan lampu yang tidak terlalu terang benderang, tetapi juga tidak terlalu gelap, kemudian kursi yang cukup nyaman untuk duduk lama atau malah bahkan ada yang menyediakan sofa untuk kenyamanan para konsumen, dan sayup-sayup suara musik di latar belakang, Anda akan menemukan suasana yang akan membuat Anda betah berada di situ lama-lama, selain suasana yang nyaman cafe atau tempat nongkrong juga memberikan beberapa menu pilihan dari makanan dan minuman dengan harga yang relatif terjangkau dan juga pastinya mereka akan mencari tempat nongkrong yang lokasinya strategis dan mempunyai tempat parkir yang luas dan aman, pelayanan yang sopan, ramah, cepat dan tanggap.

Dan dari uraian diatas kalau kita mau membuat suatu usaha kita harus memahami tentang ilmu pemasaran, manajemen pemasaran dan bauran pemasaran supaya usaha yang kita jalankan dapat berjalan dengan baik. Menurut pendapat dari Donni Juni Priansa (2017:4) pemasaran adalah proses perencanaan konsep, harga promosi, dan pendistribusian ide-ide barang maupun jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan tujuan organisasi. Selain itu, pemasaran merupakan fungsi organisasi dan satu set proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan penyampaian nilai kepada konsumen dan untuk membangun hubungan

konsumen yang memberikan keuntungan bagi organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.

Manajemen pemasaran menurut pendapat Donni Juni Priansa (2017:5) adalah ilmu dan seni dalam melaksanakan fungsi fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengaktualisasian, serta pengendalian dalam rangka menyampaikan produk dan nilai-nilai yang terkandung didalamnya dari produsen ke konsumen. Manajemen pemasaran mampu menjembatani kebutuhan dan keinginan konsumen secara efektif melalui penyediaan produk dan nilainya secara berkesinambungan.

Dan bauran pemasaran menurut pendapat Donni Juni Priansa (2017:10) merupakan sekumpulan alat pemasaran yang digunakan dalam perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dengan alat pemasar taktis terkendali-produk, harga, tempat, dan promosi yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran yang diinginkan.

Tren tersebut juga terjadi di Indonesia, terlebih ada di Jawa timur tepatnya di Surabaya, yaitu Cafe Kopi Rolag. Cafe Kopi Rolag merupakan sebuah cafe yang terletak di daerah Ketintang (jembatan Ketintang) tepatnya di jalan Karah Blok E2 No 6, kalau kita dari arah terminal Joyoboyo bisa ke arah barat kurang lebih 3 Km, atau kalau dari tol Gunung Sari bisa ke arah timur kurang lebih 1 Km. Tempat parkir untuk sepeda motor dan mobil cukup luas dan petugas parkir juga sigap dalam menata sepeda motor, dan membantu mengarahkan parkir mobil juga. Untuk cafenya bisa dikatakan luas, dengan penataan dan *view* yang menghadap kali rolag dan banyak pohon yang membuat suasana menjadi lebih adem. Minuman dan makanan di Cafe Kopi Rolag sangat banyak variasinya, mulai dari yg hangat kaya *cappuccino*, *coffe drep*, *coffe press*, teh anget, susu anget bahkan wedang jahe juga ada. Mau dingin disini ada *milkshake*, es teh, es susu, es coklat

dan lainnya. Makanannya disini ada mie goreng, sate ayam dan camilannya ada kentang goreng, roti bakar, sosis goreng dan lainnya. Harga makanan di Cafe Kopi Rolag Surabaya cukup terjangkau dengan fasilitas yang memadai dan adanya *live music* pada malam hari membuat ramai para pengunjung.

Dan melihat jenis konsumen yang berbeda-beda membuat persaingan usaha cafe atau tempat nongkrong menjadi sesuatu hal yang harus diperhatikan untuk para pengusaha dalam menjalankan dan mempertahankan usahanya. Segala usaha memiliki persaingan masing-masing, sehingga hal tersebut membuat pengusaha harus memiliki strategi untuk dapat menjadi unggul dalam persaingan. Para pengusaha harus dapat mengetahui cara untuk mempertahankan konsumennya agar tidak berpaling kepada pesaingnya. Khususnya dalam bidang usaha cafe yang memang saat ini sedang maraknya di Indonesia. Di jaman sekarang tidak banyak cafe kini hadir dalam konsep desain yang menarik dan *Instagramable* kalau kata anak *milenial*.

Berdasarkan uraian dari permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CAFE KOPI ROLAG SURABAYA".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada alasan pemilihan judul di atas, maka identifikasi masalah dalam penulisan skripsi ini yaitu :

1. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Cafe Kopi Rolag Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada alasan pemilihan judul di atas, maka identifikasi tujuan dalam penulisan skripsi ini yaitu :

1. Untuk mengetahui faktor–faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Cafe Kopi Rolag Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademis

Secara akademis di harapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, dan bagi peneliti dapat menambah wawasan dengan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh secara teori di lapangan dan bagi peneliti lain dapat dijadikan sebagai acuan terhadap pengembangan ataupun pembuatan dalam penelitian yang sama.

2. Aspek pengembangan ilmu dan pengetahuan

Semoga hasil penelitian ini bermanfaat dalam memberikan sumbangsih konseptual bagi perkembangan ilmu ekonomi khususnya analisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan bisa dijadikan referensi bagi para peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian pada bidang yang sejenis.

3. Aspek praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi, masukan dan bahan bacaan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian di café rolag Surabaya baik bagi peneliti, pembaca, maupun pengurus Cafe Kopi Rolag Surabaya.