

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang semakin modern ini, masyarakat mempunyai banyak pilihan tempat untuk bersantai, salah satunya cafe. Cafe merupakan salah satu tempat yang paling digemari oleh semua orang. Terutama anak muda, wanita karir, dan orang-orang yang singgah hanya untuk sekedar melepas penat, nongkrong, makan, maupun mengerjakan tugas. Kata Café berasal dari bahasa Perancis yaitu “Café” yang berarti Coffe dalam bahasa Indonesia berarti Kopi, Coffehouse dalam bahasa Indonesia berarti kedai kopi. Café menurut Dictionary of English Language of Culture, Longman adalah restoran kecil yang melayani atau menjual makanan ringan dan minuman, kafe biasanya digunakan orang untuk relaks. Sedangkan menurut The New Dictionary and Theosaurus, café merupakan restoran murah yang menyediakan makanan yang mudah diolah atau dihidangkan kembali (<https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-kafe-cafe>)

Café berbeda dengan restoran, yang dimana café lebih menyediakan makanan ringan, memberikan suasana yang rileks, santai, dan cocok untuk bertemu dengan kerabat, berbeda dengan restoran yang lebih mengutamakan pada makanan berat. Café identik dengan kopi, namun seiring berjalannya waktu, café kini semakin diminati tidak lagi memandang usia, mulai dari tua – muda, laki – perempuan, hingga siswa – siswi yang singgah untuk mengerjakan tugas. Sehingga, café yang dulunya di dominasi dengan laki – laki dan orang dewasa, sekarang tidak lagi, karena sekarang café cenderung menyediakan makanan dan minuman ringan, seperti sandwich, mini burger, dimsum, dan lain

sebagainya. Untuk minumannya menyediakan kopi, teh, milkshake, dan cenderung tidak menyediakan minuman yang beralkohol.

Selain menyediakan tempat yang nyaman untuk setiap konsumen yang datang dan menyediakan makanan ringan, pada sebagian café juga menyediakan konsep live music, sehingga suasana café terkesan lebih hidup dan tidak monoton, juga dengan desain café yang digarap se apik mungkin untuk menarik konsumen singgah di café tersebut, karena pada dasarnya, tujuan konsumen mengunjungi café tidak hanya sekedar memesan lalu duduk dan menyantap produk pesanannya, akan tetapi konsumen dalam mengunjungi café di era millennial ini lebih mengarah untuk menikmati suasana café, mencari suasana yang berbeda dari bisingnya kota, dan untuk merefresh otak jika sudah lelah dalam bekerja, ada juga yang untuk mencari inspirasi dalam mengerjakan tugas, sehingga tujuan untuk mengunjungi café sangat bervariasi sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen, maka dari itu beberapa cara dilakukan untuk menarik konsumen, dan tidak lupa dengan fasilitas yang juga disediakan. Di zaman yang semakin modern ini, masyarakat tidak luput dari teknologi salah satunya gadget, maka dari itu untuk kenyamanan konsumen, café juga menyediakan fasilitas seperti wifi, tv, ac, dan lain sebagainya.

Meningkatnya antusiasme kaum muda terhadap café ini menyebabkan munculnya berbagai macam café baru, mulai dari kebutuhan akan makanan, minuman, hingga untuk kebutuhan pribadi seperti mencari inspirasi, bersantai, dan berkumpul dengan teman atau kerabat. Di Surabaya mempunyai café yang sangat simple, dan santai bila dikunjungi konsumen hanya untuk bersantai dan nongkrong. Salah satunya Cafe Cak Cuk yang terletak di Jl Ahmad Yani No 263C Surabaya, konsep cafe ini sangat minimalis, sesuai dengan gaya hidup masyarakat di Surabaya, yang dimana Cafe ini mempunyai desain yang unik serta fasilitas yang memadai seperti wifi, ac, tempat duduk yang nyaman,

untuk makanan dan minumannya pun cafe ini menyediakan makanan yang tidak kalah dengan cafe cafe pada umumnya dan juga menyediakan makanan khas Surabaya.

Selain menyediakan makanan dan minuman, café ini juga menyediakan outlet souvenir atau oleh – oleh khas Surabaya, outlet disini menyediakan berbagai macam kaos dengan gambar dan tulisan – tulisan khas Surabaya, selain kaos juga menyediakan beberapa souvenir lainnya seperti mug, topi, gantungan kunci. Dalam hal ini tentunya konsumen yang mendatangi bukan hanya dari Surabaya, melainkan dari luar kota yakni Jakarta, Bandung, Jawa Tengah, Kalimantan, dan sebagainya. Tidak jarang pula, konsumen Surabaya juga mencari souvenir dan oleh – oleh khas kota sendiri.

(<https://binaswadaya.org/id/2014/01/21/sukses-menggurat-laba-dari-kaus-khas-surabaya/>)

Semakin maraknya café di zaman modern ini, maka semakin meningkat pula konsumen yang mengunjungi dan membeli produk di café tersebut. Maka dari itu pengusaha café harus menerapkan usaha pemasaran yang tepat dan juga memahami perilaku konsumen agar produknya menjadi pilihan konsumen. Di era millennial seperti sekarang, perilaku konsumen mengunjungi café bukanlah hal yang jarang kita temui, melainkan sering sekali bahkan sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Hal ini menjadi peluang bagi produsen sebuah café untuk berlomba – lomba melakukan proses pemasaran untuk melakukan penjualan produk mereka.

Perilaku konsumen merupakan studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide – ide (Mowen dan Minor dalam Donni Juni Priansa, 2017:61). Perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi, dalam proses memilih, mengamankan, menggunakan

dan menghentikan produk, jasa, ide dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhannya, dan dampaknya bagi masyarakat dan konsumen itu sendiri (Hawkins, Best, dan Coney dalam Donni Juni Priansa, 2017:61). Perilaku konsumen berperan besar dalam kesuksesan perusahaan, terutama café karena café merupakan tempat yang paling dicari ditengah kesibukan masyarakat di era millennial ini, oleh karena itu memahami perilaku konsumen sangatlah penting untuk perusahaan, karena dengan mempelajari perilaku konsumen, perusahaan bisa mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk menilai, memberi kritik dan saran agar tempat atau perusahaan tersebut bisa bertahan dalam jangka panjang.

Mempelajari perilaku konsumen dapat menimbulkan gagasan mengenai strategi yang tepat agar penjualan maksimal dan menjadi acuan untuk para pemasar agar mengembangkan produk yang mereka miliki. Dapat disimpulkan, bahwa kegiatan mengunjungi tempat untuk membeli, menanya, memilih, memilah, mempertimbangkan, mengonsumsi sebuah produk disebut dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen melakukan pengambilan keputusan dan dapat menggunakan dan mengatur barang atau jasa.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana perilaku konsumen dalam keputusan membeli makanan di Café Cak Cuk surabaya ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu : “Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam membeli makanan di Café Cak Cuk Surabaya”

1.4 Manfaat Penelitian

A. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan luas tentang perilaku konsumen dalam membeli produk.

B. Secara akademis, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk peneliti selanjutnya serta menjadi bahan bacaan untuk masyarakat.

C. Secara praktis, penelitian ini menjadi informasi bagi pembaca untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian produk.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang : Latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang : Penjelasan teori – teori yang dapat digunakan sebagai dasar penelitian dan hasil dari penelitian sebelumnya. Dasar teoritis tersebut merupakan teori yang menjelaskan bagaimana perilaku konsumen memutuskan membeli makanan pada café tersebut.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini, menjelaskan tentang : Metode yang dipakai dalam penelitian ini yang dimana metode tersebut berisi metode penelitian, tipe penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini, menjelaskan tentang : Profil café Cak Cuk, data penelitian, hasil penelitian dan pembahasan

BAB V Penutup

Pada bab ini, menjelaskan tentang kesimpulan dan saran penelitian