

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, persaingan bisnis di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Setiap pemilik bisnis pasti ingin bisnis mereka berkembang, berjalan lancar, dan mendapatkan keuntungan yang tinggi saat membangunnya. Karena ketatnya persaingan, perusahaan harus mampu menunjukkan kualitas produknya untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Untuk mencapai keunggulan ini, perusahaan harus mampu mengembangkan strategi yang dapat membuat mereka tetap maju dan berkembang. Strategi juga dapat digunakan untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Perusahaan juga harus memiliki misi untuk mengetahui ke mana mereka akan bergerak.

Perkembangan bisnis yang terjadi saat ini didorong oleh beberapa faktor termasuk kemajuan teknologi, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta inovasi dalam produk dan layanan. Perkembangan bisnis modern telah mendorong munculnya berbagai produk dan jasa baru yang menawarkan nilai tambah serta keunggulan kompetitif bagi setiap pelaku usaha. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, perusahaan tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk atau layanan berkualitas, tetapi juga harus mampu menciptakan *diferensiasi* yang membedakan mereka dari para pesaing.

Untuk dapat bertahan dan berkembang, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produk mereka, termasuk dengan menghadirkan ide-ide inovatif yang menarik minat konsumen. *Diferensiasi* yang kuat akan membantu membentuk persepsi unik dibenak pelanggan, sehingga dapat meningkatkan *loyalitas* dan daya saing bisnis. Hal ini terutama berlaku bagi industri makanan dan minuman, yang saat ini mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan pasar dan perubahan gaya hidup masyarakat.

Perkembangan bisnis yang terjadi saat ini meliputi berbagai sektor usaha. Salah satu sektor usaha yang mengalami perkembangan yaitu sektor usaha makanan dan minuman. Besarnya peluang serta tantangan yang dihadapi para pelaku usaha industri ini. Pertumbuhan ini didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan pengalaman bersantap yang nyaman serta tren konsumsi makanan dan minuman di luar rumah. Dengan persaingan yang semakin ketat, pelaku usaha disektor ini perlu berinovasi dalam hal kualitas produk, pelayanan, serta strategi pemasaran guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Berikut 5 sektor lapangan usaha yang mencatat tinggi di tahun 2024:

Tabel 1.1 5 Tertinggi Sektor Lapangan Usaha Yang Mengalami Pertumbuhan Tahun 2023 dan 2024 :

No	Sektor Lapangan Usaha	2023	2024
1	Transportasi dan pergudangan	13,96%	8,69%
2	Penyediaan akomodasi dan makan minuman.	10,01%	8,56%
3	Jasa perusahaan	8,24%	8,38%
4	Jasa kesehatan dan kegiatan sosial	4,66%	8,11%
5	Jasa lainnya	10,52%	9,8

Sumber : Dkatadata.co.id 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2023 usaha makan dan minum mengalami perkembangan yang pesat yang pesat meskipun di tahun 2024 mengalami sedikit penurunan namun usaha makan dan minum tetap menjadi sektor usaha yang mengalami pertumbuhan. Salah satu usaha yang mengalami pertumbuhan yaitu Kafe.

Kafe saat ini bukan hanya menjadi tempat untuk makan, Kafe sering juga dijadikan tempat untuk melakukan pertemuan ataupun kegiatan *formal* seperti bisnis ataupun lain sebagainya. Kafe juga menjadi tempat untuk berkumpul bersama teman-teman maupun keluarga. Oleh karena Kafe merupakan tempat yang banyak diminati oleh banyak kalangan, maka dari itu tidak heran lagi jika usaha Kafe pada saat ini menjadi usaha yang berkembang dengan sangat pesat. Fenomena inipun berlangsung di setiap daerah di wilayah Indonesia. Dengan perkembangan usaha Kafe ini tentunya memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memilih Kafe ataupun restoran yang dipilih oleh konsumen untuk membeli produk makanan dan minuman. Jadi penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kepuasan dari konsumen dan perusahaan dalam mengelola Kafe.

Kafe Kopi Lova didirikan sejak tahun 2021 di Sungai Pakning. Kopi Lova merupakan usaha yang bergerak di bidang usaha makanan dan minuman. Kopi Lova melakukan upaya untuk menawarkan sesuatu yang diharapkan dapat menarik lebih banyak konsumen. Kafe Kopi Lova merupakan tempat nongkrong yang menawarkan berbagai menu makanan dan minuman cepat saji dan juga menawarkan rasa spesial dalam setiap menu yang ditawarkan kepada konsumen. Adapun menu yang ditawarkan oleh Kopi Lova ada menu minuman yang ditawarkan adalah *coffee*, *ice blended*, es kopi susu, *tropical series* dan *outside x kopi lova*. Menu makanan yang ditawarkan adalah kentang goreng, ubi goreng, cireng, *lova toast*, *lova churros* dan *gyoza dumpling*.

Keputusan pembelian di Kafe Kopi Lova saat ini masih belum terlalu tinggi. Pelanggan cenderung belum melakukan pembelian dalam jumlah yang besar, yang terlihat dari tingkat transaksi harian yang masih rendah. Meskipun kafe ini sudah beroperasi dan menawarkan berbagai pilihan menu, jumlah pelanggan yang datang dan melakukan pembelian belum mengalami peningkatan yang signifikan. Sebagian besar pelanggan masih mempertimbangkan berbagai faktor sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli, sehingga frekuensi pembelian belum *optimal*. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian di Kafe Kopi Lova masih memerlukan perhatian lebih untuk dapat meningkat di masa mendatang.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam industri jasa, termasuk bisnis kafe. Salah satu aspek utama dalam kualitas pelayanan adalah *responsiveness*, yaitu kemampuan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat dan sigap. Pelayanan yang *responsif* menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan, serta membangun loyalitas terhadap bisnis. Dalam industri kafe, *responsiveness* menjadi sangat penting karena pelanggan mengharapkan pelayanan yang cepat, baik dalam pemesanan, penyajian, maupun dalam menangani keseluruhan atau permintaan khusus.

Di Kafe Kopi Lova, kualitas pelayanan dalam hal *responsiveness* masih perlu ditingkatkan. Beberapa pelanggan mungkin mengalami waktu tunggu yang lebih lama dari yang diharapkan atau merasa kurang mendapatkan perhatian dari

staf. Ketika pelanggan tidak segera dilayani atau harus menunggu lama mendapatkan pesanan mereka, pengalaman yang kurang menyenangkan dapat terjadi. Hal ini menunjukkan bahwa *responsiveness* di Kafe Kopi Lova masih memerlukan perbaikan agar dapat memenuhi harapan pelanggan dengan lebih baik. Peningkatan *responsiveness* dalam pelayanan dapat memberikan dampak *positif* terhadap kepuasan pelanggan dan citra Kafe Kopi Lova. Dengan pelayanan yang lebih cepat dan sigap, pelanggan akan merasa lebih dihargai dan nyaman dalam menikmati layanan yang diberikan. Oleh karena itu, perhatian terhadap *responsiveness* menjadi aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Berdasarkan penelitian Ardilia (2023) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman pada “PDKT Resto Cafe” Kudus, menemukan bahwa baik kualitas pelayanan maupun kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian di PDKT Resto Cafe Kudus. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks restoran dengan konsep makanan di tempat (*dine-in*), pelanggan sangat memepertimbangkan pengalaman layanan yang diberikan serta kualitas makanan yang disajikan sebelum membuat keputusan pembelian. Namun, hasil berbeda ditemukan dalam penelitian Baihaky (2022) yang meneliti keputusan pembelian di Outlet Tokkebi Snack Malang. Dalam penelitian tersebut, hanya kualitas produk yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang sama namun dengan objek yang berbeda yaitu pada Kafe Kopi Lova. Adapun judul penelitian yang akan penulis lakukan yaitu **Pengaruh Kualitas Pelayanan *Responsiveness* Terhadap Keputusan Pembelian pada Kafe Kopi Lova (Studi Kasus Masyarakat Bukit Batu)**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat kemukakan menjadi rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh kualitas pelayanan *responsiveness* terhadap keputusan pembelian pada Kafe Kopi Lova (Studi Kasus masyarakat Bukit Batu).

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa bagaimana tanggapan responden tentang keputusan pembelian pada Kafe Kopi Lova.
2. Untuk menganalisa bagaimana tanggapan responden tentang kualitas pelayanan *responsiveness* pada Kafe Kopi Lova.
3. Untuk menganalisa bagaimana pengaruh kualitas pelayanan *responsiveness* terhadap keputusan pembelian pada Kafe Kopi Lova.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi seluruh pihak antaran lain:

1. Bagi institusi
Penelitian ini diharapkan agar bisa bermanfaat bagi institusi seperti perguruan tinggi atau lembaga penelitian yang dapat mengembangkan penelitian dan makalah penelitian dalam bidang pemasaran dan juga dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan kurikulum, program studi dan penelitian selanjutnya.
2. Bagi pihak lain
Penelitian ini akan memberikan informasi yang relevan untuk dapat mengevaluasi efektivitas strategi kualitas pelayanan *responsiveness* yang diterapkan oleh Kafe Kopi Lova. Dengan memahami bagaimana strategi ini mempengaruhi keputusan pembelian, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi mereka untuk meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis. Juga akan memberikan dasar yang kuat bagi manajemen Kafe Kopi Lova dan

pemangku kepentingan lain untuk mengambil keputusan yang lebih baik dalam mengelola oprasi, pemasaran, dan pengembangan produk.

3. Bagi penulis

Penelitian dapat membantu penulis untuk meningkatkan keterampilan akademik dan *professional* mereka. Penulis penelitian dapat memperoleh pengalaman dalam melakukan penelitian, analisis, dan *interpretasi* hasil penelitian. Penulis dapat merasakan kepuasan dengan memberikan kontribusi ilmiah dan sosial yang bermanfaat bagi orang lain.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

sistematika dalam penulisan laporan penelitian tugas akhir ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang diambil dari jurnal sebelumnya, serta teori-teori yang berkaitan dengan pokok bahasan pada penelitian ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai berbagai metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, dan populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, pengukuran skala, teknik pengolahan data, teknik analisis data, jenis penelitian, hipotesis, difenisi konsep, dan defenisi oprasional.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan hasil dan pembahsan setelah penulis melakukan penelitian berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran yang akan disampaikan oleh penulis.