

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan pada era globalisasi dan teknologi ini sangat ketat, lingkungan cepat berubah dan perusahaan dituntut mempunyai keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*) secara berkesinambungan berusaha untuk merumuskan strategi pemasaran yang tujuan mempertahankan dan meningkatkan volume penjualannya.

Coffee shop pada awal mulanya menyediakan tempat untuk minum kopi dengan cepat. Akan tetapi, karena perkembangan dan banyaknya minat dari pelanggan yang semakin lama semakin meningkat dan tidak ada habisnya, berkembanglah *Coffee shop* menjadi seperti sekarang ini. Pada awalnya, minum kopi adalah kebiasaan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu. Karena Indonesia sendiri adalah negara penghasil biji kopi terbaik di seluruh dunia. *Coffee shop* sendiri sudah menjadi lahan bisnis yang menjanjikan, pertumbuhan *Coffee shop* di Indonesia sendiri telah menjamur diberbagai kota-kota besar dan kota-kota kecil sekalipun telah memiliki banyak gerai kopi yang menjamur, meskipun masih memiliki standar dan pasar yang berbeda.

Sejarah dari *Coffee shop* yang modern ini berasal dari dari Amerika, di mana ciri pelayanan dan penyajiannya secara cepat. Makanan yang biasanya sudah diporsikan dalam satu piring atau yang juga biasa disebut “ready ons the plate” dan dengan istilah pelayanannya yang disebut American Servis. *Coffee*

shop ini dikategorikan ke dalam restoran yang informal dan terkadang buka hingga 24 jam.

Penelitian menyimpulkan bahwa pengertian *Coffee shop* yakni adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik, baik itu lewat audio ataupun live music, desain interior yang khas, pelayanan yang ramah dan beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel atau WiFi. *Coffee shop* juga saat ini tidak hanya tempat untuk menikmati kopi tetapi juga bisa menjadi tempat mengerjakan tugas, tempat untuk berfoto, tempat untuk bertemu rekan kerja, dan tempat untuk menonton acara musik seperti nonton konser.

Pada saat ini kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Banyak orang pergi ke *Coffee shop* bukan hanya karena ingin mencicipi kopi yang khas dari *Coffee shop* tersebut melainkan untuk menghabiskan waktu dan bersantai dengan rekan-rekannya maupun dengan keluarga. Sekarang ini di kota Jogja banyak terdapat kafe khusus kopi dan juga memiliki inovasi dalam pembuatan juga penyajian kopi sehingga banyak menarik konsumen untuk menikmati kopi di *Coffee shop* yang ada.

Untuk mempertahankan usaha *Coffee shop* ini agar tetap maju dan terus bertahan maka perlu adanya peningkatan dalam kualitas kebersihan makanan, kualitas pelayanan, dan promosi harga yang akan mengacu kepada kepuasan konsumen. Kebersihan makanan adalah masalah kebersihan yang menyangkut pada makanan yang harus dijaga supaya makanan tidak terkontaminasi bakteri

sehingga orang yang memakannya akan terhidar dari penyakit. Oleh karena itu, suatu bisnis dan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman harus memiliki kualitas kebersihan makanan yang baik agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dengan meningkatnya volume penjualannya berarti keputusan pembelian akan meningkat dan minat beli konsumen juga meningkat. Dimana menurut Tjiptono dalam penelitian (**Aptaguna, 2022**) minat beli adalah tahap keinginan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Sedangkan (**Triputranto, 2020**) mendefinisikan Minat Beli Konsumen adalah kegiatan dimana yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen : 1. Faktor internal, diantaranya : Pekerjaan, gaya hidup, dan motivasi. 2. Faktor eksternal, diantaranya : Sosial, harga, dan kualitas produk.

Dimana menurut (**Oktavenia & Ardani, 2018**) produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Selain Kualitas Produk faktor yang dapat mempengaruhi Minat Beli Konsumen adalah Promosi. Dimana (**Latief, 2018**) Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan

produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

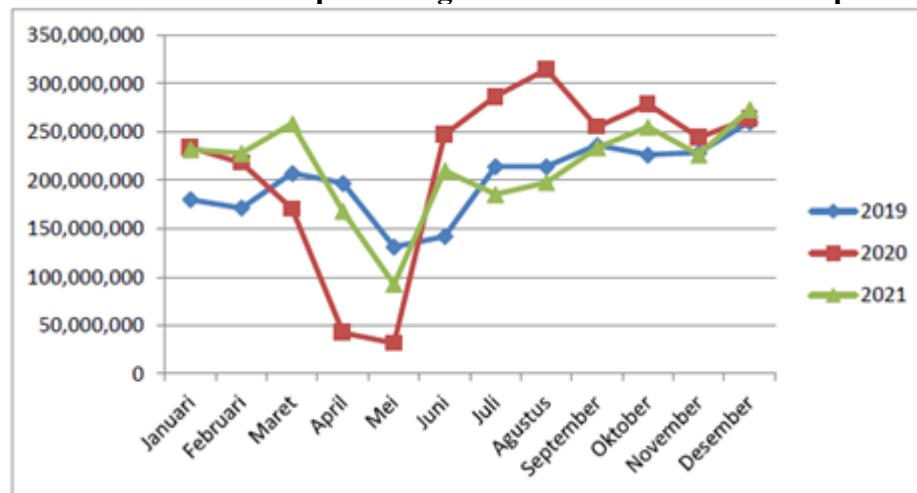
Kualitas Produk dan Promosi, memegang peranan yang sangat penting bagi pemasaran barang dan jasa. Secara umum konsep yang sering digunakan untuk menyampaikan pesan adalah apa yang disebut sebagai bauran promosi (*promotion mix*).

Kemudian selain promosi, kemudahan pelayanan juga termasuk faktor yang dapat mempengaruhi minat beli, dimana menurut **(Adam, 2017)** Kualitas Pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.

Bacarito Kopi adalah sebuah merek lokal dari Sumatera Barat yang hadir sejak September 2018 di Padang. Ia menjelaskan Bacarito Kopi dapat terus bertumbuh dan bermanfaat bagi sekitar karena Bacarito sebagai merek lokal kebanggaan urang awak yang terus berusaha menjaga kualitas produk dan layanan konsumen. Bacarito Kopi yang merupakan kedai kopi local asal Sumatera Barat. Bacarito Kopi mengusung *movement* yaitu *#101 % Kopi Lokal* yang merupakan salah satu cara dalam mempromosikan kopi lokal di kancah nasional, khususnya kopi Sumatera Barat, tempat dimana pertama kali Bacarito Kopi hadir dan tumbuh.

Berikut ini adalah grafik omset Bacarito Kopi Padang tahun 2019-2021 :

Grafik
Omzet Bacarito Kopi Padang Tahun 2019-2021 Dalam Rupiah



Sumber : Bacarito Kopi Padang Tahun 2019-2021

Pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa omzet Bacarito Kopi dari tahun 2019-2021 selalu berfluktuasi. Dimana hal ini disinyalir disebabkan oleh Kualitas Produk yang masih rendah, Promosi yang belum optimal dilakukan dan Kemudahan Pelayanan yang masih belum optimal diberikan, sehingga menyebabkan minat beli konsumen menurun pada Bacarito Kopi Padang. Dimana kualitas produk, promosi dan kemudahan pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, jadi untuk mempertahankan minat beli konsumen pada Bacarito Kopi Padang. Maka Bacarito Kopi Padang harus meningkatkan kualitas produk, promosi dan kemudahan pelayanannya.

Penelitian yang dilakukan oleh **(Sinurat et al., 2021)** *Product Quality on Consumer Purchase Interest With Customer Satisfaction As a Variable Intervening in Black Online Store High Click Market*. Hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Penelitian yang dilakukan oleh **(Prayogi et al., 2019)** *The Influence Of Product Quality, Prices And Promotions On Interest In Buying Sri Sulastri' S Batik*. Hasil penelitian bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Penelitian yang dilakukan oleh **(L. M. Kurniawati, 2020)** *Effect Of Product Quality And Brand Equity On Buying Interest*. Hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Penelitian yang dilakukan oleh **(Karundeng et al., 2019)** Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. Hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh **(Arief, 2017)** Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. Hasil penelitian bahwa promosi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh **(Kasmiyati K, 2019)** Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Suracojaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa. Hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Konsumen.

Berdasarkan uraian diatas untuk lebih terfokusnya penelitian ini. Maka penulis melakukan penelitian lebih lanjut pada Bacarito Kopi Padang dengan memberi judul: **Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kemudahan Pelayanan Sebagai Variabel Intervening.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas dan keterangan yang telah di kembangkan maka dapat di identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang masih kurang bagus.
2. Kurang optimalnya Promosi yang dilakukan Bacarito Kopi Padang.
3. Kemudahan Pelayanan yang masih rendah pada Bacarito Kopi Padang.
4. Rancangan (*design*) belum menonjol antara para pesaingnya.
5. Gaya pada produk belum terlihat berbeda antara produk dari para pesaing.
6. Banyaknya saingan pada jenis merek produk lain.
7. Pelayanan yang belum maksimal diberikan ke konsumen
8. Lokasi yang kurang strategis
9. Tingkat Kemudahan Pelayanan yang masih rendah
10. Promosi yang dilakukan yang belum optimal

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen Bacarito Kopi Padang. Maka penulis memfokuskan penelitian ini pada Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kemudahan Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Pada Bacarito Kopi Padang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Kemudahan Pelayanan pada Bacarito Kopi Padang ?

2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kemudahan Pelayanan pada Bacarito Kopi Padang ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Bacarito Kopi Padang ?
4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Bacarito Kopi Padang ?
5. Apakah Kemudahan Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Bacarito Kopi Padang ?
6. Apakah Kemudahan Pelayanan mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Bacarito Kopi Padang ?
7. Apakah Kemudahan Pelayanan mampu memediasi pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Kemudahan Pelayanan mampu memediasi pengaruh pada Bacarito Kopi Padang ?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Kemudahan Pelayanan pada Bacarito Kopi Padang.
2. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh terhadap Kemudahan Pelayanan pada Bacarito Kopi Padang.

3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Bacarito Kopi Padang.
4. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Bacarito Kopi Padang.
5. Untuk mengetahui apakah Kemudahan Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Bacarito Kopi Padang.
6. Untuk mengetahui apakah Kemudahan Pelayanan mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Bacarito Kopi Padang.
7. Untuk mengetahui apakah Kemudahan Pelayanan mampu memediasi pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Kemudahan Pelayanan mampu memediasi pengaruh pada Bacarito Kopi Padang.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kemudahan Pelayanan Sebagai Variabel Intervening, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Pembaca

Penelitian ini bisa menjadi dasar penelitian selanjutnya dan juga dapat menambah pustaka bagi mereka yang mempunyai minat untuk mendalami pengetahuan dalam bidang sumber daya manusia.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

3) Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini untuk penulis adalah Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang. Dan juga untuk menambah ilmu pengetahuan sehubungan dengan ilmu yang penulis dapat dan tekuni serta dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam menganalisa Kualitas produk, Promosi pengaruhnya terhadap Minat Beli Konsumen dengan Kemudahan Pelayanan sebagai variabel intervening pada Bacarito Kopi Padang.

4) Bagi Perusahaan

Untuk dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan kepada Bacarito Kopi Padang yang berkaitan dengan kualitas produk, Promosi dengan Kemudahan Pelayanan sebagai variabel intervening agar mereka dapat meningkatkan Minat Beli Konsumen.