**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era sekarang pertumbuhan ekonomi meningkat pesat, masyarakat konsumen Indonesia mulai tumbuh seiring dengan globalisasi ekonomi yang ditandai dengan pusat perbelanjaan dan restoran elegan seperti kafe kopi, industri fashion, industri kecantikan, promosi barang-barang mewah yang tiada henti dan berbagai lainnya. Kota besar seperti Bekasi, tingkat stres semakin meningkat membuat orang yang membutuhkan tempat bersantai atau mencari tempat refreshing yang dapat menyegarkan suasana, seperti mengunjungi kedai kopi menjadi salah satu pilihan favorit masyarakat. Kedai kopi yang digunakan untuk tempat yang menyajikan pesanan kopi atau minuman panas lainnya. Kedai kopi memiliki ciri khas bar atau restoran, namun berbeda dengan kafetaria, banyak kedai kopi yang tidak hanya menyediakan kopi tetapi juga teh beserta makanan ringan.

Perkembangan *Coffee Shop* di Indonesia adalah perkembangan yang sangat pesat dan menarik. *Coffee Shop* adalah tempat yang menyajikan kopi dan camilan khas Nusantara, serta memiliki suasana yang santai dan nyaman untuk bersosialisasi atau bekerja.Menurut data dari Asosiasi Pengusaha Kafe Indonesia (APKI), jumlah Cafe di Indonesia mencapai 10.000 unit pada tahun 2023, dengan pertumbuhan rata –rata sebesar 20% per tahun. Cafe tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati minuman kopi, tetapi juga menjadi tempat untuk

bersosialisasi, bekerja, belajar, atau bersantai.

Berkembangnya konsumen kopi nasional menyebabkan banyak bermunculan kedai kopi di pusat perbelanjaan atau pinggir jalan. Saat ini hampir seluruh masyarakat Indonesia baik dewasa maupun muda senang minum kopi dan hal ini sejalan dengan pesatnya bermunculan kedai kopi. Minum kopi sebagai bentuk kearifan lokal di Indonesia kini telah menjadi bagian dari gaya hidup generasi milenial. Kopi bukan hanya minuman pengantar tidur, tapi juga bisa dijadikan sebagai minuman kekinian yang dipromosikan oleh generasi milenial di media sosial.

Kopi adalah salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi juga merupakan sumber penghasilan bagi banyak petani kopi di Indonesia. Dunia kopi yang ada di Indonesia adalah dunia yang kaya akan berbagai jenis, rasa, dan aroma kopi. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di Dunia, setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Indonesia diakui sebagai salah satu negara penghasil kopi terbaik di dunia, menghasilkan produkkopi berkualitas tinggi yang mampu bersaing dengan kopi yang diproduksi di negara lain (Hasyim, dkk., 2024)

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh pengusaha *Coffee Shop* adalah bagaimana meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Untuk itu, pengusaha *Coffee Shop* harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti gaya hidup, varian menu dan kualitas pelayanan, (Yuliana & Maskur, 2022).

Menurut Sutisna (2017), gaya hidup seseorang ialah cara hidupnya yang terlihat dari cara konsumen menghabiskan waktu, hal-hal yang diminati, dan bagaimana reaksi konsumen terhadap pendapatan. Sikap seseorang dalam mengartikulasikan masalah nyata yang dialaminya di kepala dan cenderung bercampur dengan hal-hal lain yang terkait dengan masalah psikologis dan emosional disebut gaya hidup. Berikut ini adalah hasil data prasurvey yang dibagikan kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1.1**

**Hasil Data Prasurvey Variabel Gaya Hidup**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indikator** | **No** | **Pernyataan** | **Setuju** | **Persentase** | **Tidak setuju** | **Persentase** | **Total** |
| **Aktivitas (*Activities*)**  | 1 | Minum *coffe* merupakan rutinitas saya di setiap harinya | 19 | 63% | 11 | 37% | 30 |
| **Minat (*Interest*)**  | 2 | Saya sebagai konsumen melakukan pembelian pada Lucha *Coffe* Medan Johor dikarenakan minat pribadi | 21 | 70% | 9 | 30% | 30 |
| **Pendapat (*Opinion*)**  | 3 | Sebagai konsumen, Saya membeli produk pada Lucha *Coffe* Medan Johor karena terdapat urusan pribadi yang harus diselesaikan | 12 | 40% | 18 | 60% | 30 |

Sumber : Hasil Prasurvey, 2024

Hasil jawaban responden, masih ada yang menjawab “tidak setuju” dari pernyataan “Sebagai konsumen, Saya membeli produk pada Lucha *Coffe* Medan Johor karena terdapat urusan pribadi yang harus diselesaikan” sebanyak 18 orang (60%). Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh Lucha *Coffe* Medan Johor ialah mulai berkurangnya keputusan pembelian konsumen yang dikarenakan gaya hidup konsumen yang sudah beralih ke perusahaan kompetitor. Permasalahan tersebut terjadi dikarenakan masih minimnya variasi produk yang terdapat pada Lucha *Coffe* Medan Johor serta kurang baiknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga konsumen saat ini untuk berkunjung ke *coffe shop* khususnya bukan hanya sekedar untuk menikmati segelas kopi. Akan tetapi sebagian besar konsumen saat ini melakukan keputusan pembelian pada *coffe shop* yaitu untuk memenuhi gaya hidup seperti ingin menyelesaikan urusan pribadi seperti berjumpa dengan teman lama, membuat instastory instagram, status whats app, foto-foto dengan tema yaitu produk yang terdapat pada Lucha *Coffe* Medan Johor.

Pada jaman modern sekarang ini, gaya hidup atau *lifestyle* merupakan hal yang sangat penting dan kerap menjadi ajang untuk menunjukkan identitas diri. Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk dalam rutinitasnya, sempitnya waktu membuat banyak orang yang membutuhkan tempat untuk melepas penat dengan cara meneguk segelas kopi untuk melepaskan ketegangan dan memperoleh suasana baru yang menghibur diri setelah seharian dipadatkan oleh rutinitas yang tidak bisa dihindarkan.

Varian menu adalah jumlah dan jenis produk yang ditawarkan oleh *Coffee* *Shop*. Varian menu dapat mencerminkan kreativitas dan inovasi *Coffee* *Shop* dalam memenuhi kebutuhan dan selera pelanggan. Varian menu juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan selera pelanggan. Varian menu dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan secara positif dan negatif. Jika pelanggan merasa bahwa varian menu yang ditawarkan menarik dan variatif, maka mereka akan cenderung membeli produk tersebut. Sebaliknya, jika pelanggan merasa bahwa varian menu yang ditawarkan kurang menarik dan variatif, maka mereka akan cenderung mencari alternatif lain, (Hasyim, dkk, 2024).

**Tabel 1.2**

**Hasil Data Prasurvey Variabel Varian Produk**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indikator** | **No** | **Pernyataan** | **Setuju** | **Persentase** | **Tidak setuju** | **Persentase** | **Total** |
| **Ciri suatu Produk**  | 1 | Produk yang disajikan pada Lucha *Coffe* Medan Johor memiliki ciri khas tersendiri | 16 | 53% | 14 | 47% | 30 |
| **Ukuran Produk**  | 2 | Sebagai konsumen, Saya membeli produk pada Lucha *Coffe* Medan Johor karena ukuran produk yang sesuai dengan ekspektasi | 19 | 63% | 11 | 37% | 30 |
| **Harga Produk**  | 3 | Saat ini harga produk pada Lucha *Coffe* Medan Johor sesuai dengan daya beli konsumen | 17 | 57% | 13 | 43% | 30 |
| **Penampilan Produk**  | 4 | Saat ini produk yang dijual oleh Lucha *Coffe* Medan Johor menarik dan beragam sesuai dengan kebutuhan oleh konsumen | 10 | 33% | 20 | 67% | 30 |
| **Atribut Produk**  | 5 | Sejauh ini produk yang dijual oleh Lucha *Coffe* Medan Johor memiliki kemasan yang menarik | 15 | 50% | 15 | 50% | 30 |

Sumber : Hasil Prasurvey, 2024

Hasil jawaban responden, masih ada yang menjawab “tidak setuju” dari pernyataan “Saat ini produk yang dijual oleh Lucha *Coffe* Medan Johor menarik dan beragam sesuai dengan kebutuhan oleh konsumen” sebanyak 20 orang (67%). Permasalahan yang dihadapi oleh Lucha *Coffe* Medan Johor yaitu masih minimnya variasi serta keberagaman produk yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga hal tersebut berdampak terhadap keputusan pembelian yang tidak konsisten. Saat ini produk yang ditawarkan kepada konsumen seperti beberapa macam kopi seperti kopi hitam, kopi susu dan jenis kopi lainnya. Kemudian jenis makanan yang ditawarkan oleh pihak Lucha *Coffe* Medan Johor kepada konsumen hanya makan makanan yang cepat saji seperti sosis, nuget dan indomie. Oleh karena itu varian produk yang ditawarkan masih minim. Seharusnya pihak Lucha *Coffe* Medan Johor harus mampu menawarkan produk yang bervariasi dan beragam seperti minuman dan makanan yang kekinian agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Selain gaya hidup dan varian produk, kualitas pelayanan juga diduga menjadi salah satu aspek penting yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam hal ini dapat dinyatakan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan maka semakin meningkat juga kepuasan pelanggan yang melakukan keputusan pembelian. Pelayanan yang baik dilakukan supaya pelanggan merasa nyaman dan timbul rasa puas. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan agar mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut (Indrasari, 2019) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

**Tabel 1.3**

**Hasil Data Prasurvey Variabel Kualitas Pelayanan**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indikator** | **No** | **Pernyataan** | **Setuju** | **Persentase** | **Tidak setuju** | **Persentase** | **Total** |
| **Bukti Fisik**  | 1 | Sebagai konsumen, Saya selalu diberikan bukti fisik produk oleh pihak Lucha *Coffe* Medan Johor  | 18 | 60% | 12 | 40% | 30 |
| **Empati**  | 2 | Sejauh ini pihak Lucha *Coffe* Medan Johor memberikan perhatian dan kenyamanan yang baik kepada konsumen | 11 | 37% | 19 | 63% | 30 |
| **Keandalan**  | 3 | Saat ini, Saya merasakan bahwa produk pada Lucha *Coffe* Medan Johor dapat diandalkan  | 15 | 50% | 15 | 50% | 30 |
| **Daya Tanggap**  | 4 | Sejauh ini pihak Lucha *Coffe* Medan Johor cepat tanggap dalam merespon permintaan konsumen | 14 | 47% | 16 | 53% | 30 |

Sumber : Hasil Prasurvey, 2024

Hasil jawaban responden, masih ada yang menjawab “tidak setuju” dari pernyataan “Sejauh ini pihak Lucha *Coffe* Medan Johor memberikan perhatian dan kenyamanan yang baik kepada konsumen” sebanyak 19 orang (63%). Dari hasil tersebut dapat diindikasikan bahwa pihak Lucha Coffe Medan Johor masih belum mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Seperti halnya pihak Lucha *Coffe* Medan Johor belum mampu memberikan senyum dan sapa kepada konsumen yang hadir pada Lucha *Coffe* Medan Johor. Selain itu pihak Lucha *Coffe* Medan Johor masih belum cepat tanggap dalam merespon konsumen seperti konsumen harus order ke kasir dahulu. Seharusnya pihak Lucha *Coffe* Medan Johor sudah memberikan waiters yang dapat diandalkan sehingga cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Keputusan pembelian menurut (Ningsih, dkk, 2022) adalah proses yang terjadi pada konsumen dalam penyelesaian dalam mengenal masalah, mencari informasi produk dan menilai suatu produk masing- masing sehingga dapat menyelesaikan masalah dan memberikan dampak terhadap keputusan pembelian. Menurut (Rachmawati, Shukri, Azam, & Khatibi, 2019) memberikan pendapat bahwa keputusan pembelian merupakan bentuk pemahaman konsumen terkait dengan kebutuhan atau keinginannya atas produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian.

**Tabel 1.4**

**Hasil Data Prasurvey Variabel Keputusan Pembelian**

| **Indikator** | **No** | **Pernyataan** | **Setuju** | **Persentase** | **Tidak setuju** | **Persentase** | **Total** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pilihan Produk** | 1 | Saya membeli produk pada Lucha *Coffe* Medan Johor dikarenakan banyak pilihan produk yang diberikan | 12 | 40% | 18 | 60% | 30 |
| **Pilihan Merek** | 2 | Lucha *Coffe* Medan Johor selalu menjadi pilihan Saya ketika membeli kopi | 15 | 50% | 15 | 50% | 30 |
| **Jumlah Pembelian Atau Kuantitas** | 3 | Saya membeli produk pada Lucha *Coffe* Medan Johor lebih dari satu produk | 14 | 47% | 16 | 53% | 30 |
| **Waktu Pembelian**  | 4 | Saya melakukan pembelian produk Lucha *Coffe* Medan Johor secara rutin | 10 | 33% | 20 | 67% | 30 |
| **Metode Pembayaran** | 5 | Saya dimudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran melalui transfer maupun cash pada Lucha *Coffe* Medan Johor | 21 | 70% | 9 | 30% | 30 |

Sumber : Hasil Prasurvey, 2024

Tabel 1.4 diatas menyatakan bahwa hasil jawaban responden, masih ada yang menjawab “tidak setuju” dari pernyataan “Saya melakukan pembelian produk Lucha *Coffe* Medan Johor secara rutin” sebanyak 19 orang (67%). Dalam hal ini masih terdapat permasalahan keputusan pembelian pada Lucha *Coffe* Medan Johor masih belum baik. Hal ini dapat dilihat dari konsumen yang membeli produk pada Lucha *Coffe* Medan Johor tidak secara rutin dikarenakan minimnya produk yang ditawarkan kepada konsumen serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Lucha *Coffe* Medan Johor masih belum sesuai dengan ekspektasi dan harapan konsumen. Oleh karena itu, pihak Lucha *Coffe* Medan Johor harus mampu memperbaiki sektor internal maupun eksternal pada cafe tersebut sehingga Lucha *Coffe* Medan Johor mampu dijadikan gaya hidup oleh konsumen seperti perusahaan kompetitor lainnya serta konsumen harus diberikan berbagai macam variasi produk dan kualitas layanan yang terbaik sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena yang telah digambarkan, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, Varian Produk Dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Lucha *Coffe* Medan Johor”.

**1.2 Identifikasi Masalah**

Menurut Sujarweni (2019), Identifikasi masalah adalah mengenali masalah dengan cara mendaftar faktor-faktor yang berupa permasalahan, mengidentifikasi masalah-masalah penelitian bukan sekedar mendaftar jumlah masalah, tetapi juga kegiatan ini lebih dari pada itu, karena masalah yang dipilih hendaknya memilih nilai yang sangat penting atau signifikan untuk dipecahkan. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Saat ini konsumen belum mampu menjadikan Lucha *Coffe* Medan Johor sebagai gaya hidup seperti layaknya coffe shop lainnya.
2. Permasalahan yang dihadapi oleh Lucha *Coffe* Medan Johor yaitu masih minimnya variasi serta keberagaman produk yang ditawarkan kepada konsumen
3. Lucha *Coffe* Medan Johor masih belum mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Seperti halnya pihak Lucha Coffe Medan Johor belum mampu memberikan senyum dan sapa kepada konsumen yang hadir pada Lucha Coffe Medan Johor.
4. Keputusan pembelian pada Lucha *Coffe* Medan Johor masih belum baik. Hal ini dapat dilihat dari konsumen yang membeli produk pada Lucha Coffe Medan Johor tidak secara rutin dikarenakan minimnya produk yang ditawarkan kepada konsumen serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Lucha Coffe Medan Johor masih belum sesuai dengan ekspektasi dan harapan konsumen

**1.3 Batasan Masalah**

Menurut Husein (2019), Batasan masalah berkaitan dengan pemilahan masalah dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi. Dengan demikian, masalah akan dibatasi lebih khusus dan lebih sederhana.

Agar lebih terfokus pada penelitian, maka ruang lingkup permasalahan dibatasi pada judul Pengaruh Gaya Hidup, Varian Produk Dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Lucha *Coffe* Medan Johor.

### 1.4 Rumusan Masalah

Menurut Sujarweni (2019), Rumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian, sebagai panduan bagi peneliti untuk menentukan teori yang akan dipakai, perumusan hipotesis, pengembangan instrument, dan teknik statistik untuk analisis data.

 Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah yang dibuat ke dalam pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Lucha *Coffe* Medan Johor?
2. Apakah varian produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Lucha *Coffe* Medan Johor?
3. Apakah layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Lucha *Coffe* Medan Johor?
4. Apakah gaya hidup, varian produk dan layanan terhadap keputusan pembelian di Lucha *Coffe* Medan Johor?

**1.5 Tujuan Penelitian**

Menurut Sujarweni (2019), Tujuan penelitian adalah untuk menemukan, membuktikan, dan mengembangkan suatu persoalan atau pengetahuan dengan menggunakan prosedur- prosedur ilmiah.Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Lucha *Coffe* Medan Johor.
2. Untuk menganalisis varian produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Lucha *Coffe* Medan Johor.
3. Untuk menganalisis layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Lucha *Coffe* Medan Johor.
4. Untuk menganalisis gaya hidup, varian produk dan layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Lucha *Coffe* Medan Johor.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Menurut Sujarweni (2019), Manfaat penelitian yaitu untuk menyelidiki keadaan, alasan, maupun konsekuensi terhadap keadaan tertentu. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Lucha *Coffe* Medan Johor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi kepada Lucha *Coffe* Medan Johor, dalam mengelola masalah keputusan pembelian yang masih belum baik disebabkan oleh gaya hidup, varian produk dan layanan.

2. Bagi penulis, Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi penulis untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani perkuliahan serta memperluas wahana berpikir secara ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran.

1. Manfaat Bagi Universitas Muslim Nusantara Medan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup, varian produk dan layanan serta keputusan pembelian.