# BAB I

# PENDAHULUAN

## **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan bisnis saat ini disebabkan oleh perubahan pola pikir manusia yang dinamis. Dengan dasar inilah kegiatan pasar sangat dibutuhkan oleh organisasi maupun perusahaan sebagai ujung tombak bagi kehidupannya, baik organisasi atau perusahaan yang mencari laba atau nirlaba. Adanya kegiatan pasar diharapkan dapat mendukung tercapainya tujuan dan kelangsungan perusahaan itu sendiri. Tercapainya persaingan yang dapat mendorong strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Perkembangan usaha yang dinamis dan penuh persaingan ini menuntut para pelaku usaha untuk melakukan perubahan terhadap cara mereka melayani konsumen, menangani pesaing, dan memutuskan produk apa yang akan dijual. Atas dasar tersebut, para pelaku usaha harus melakukan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan tersebut.

Perusahaan perlu mempertimbangkan bahwa konsumen merupakan salah satu aset penting dalam pasar, yang dengan demikian perlu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Sehingga perusahaan dapat menghadapi persaingan pasar demi tercapainya kepuasan pelanggan atas produk yang dijual.

Keberadaan konsumen memberikan dampak pada pencapaian tujuan perusahaan itu sendiri. Sehingga perusahaan mampu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Unsur-unsur yang meliputi bauran pemasaran, yakni produk,

harga, promosi, dan distribusi atau lazimnya disebut dengan 4p *(product, price, promotion, & place.*

Demikian pula halnya dengan jasa kedai kopi yang harus memperhatikan faktor pendukung lainnya dalam bauran pemasaran jasa. Yakni, *people* (orang yang terkait dengan pelayanan), *physical evidence* (bukti fisik) dan *process* (proses jasa).

Perkembangan dalam bisnis industri kopi saat ini sangat pesat. Konsumen dihadapkan pada beberapa alternatif pilihan kedai kopi, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang dibutuhkan oleh konsumen sebagai dasar penetapan keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut menjadikan masing-masing tempat berusaha keras mengeluarkan produk yang terbaik dan menarik untuk menarik minat konsumen. Yang mana ketertarikan konsumen pada produk tersebut akan muncul suatu macam perilaku konsumen yaitu yang disebut dengan keputusan pembelian.

Lantai Bumi Coffee And Space merupakan salah satu bidang usaha *coffee shop* yang mencoba menangkap peluang bsinis sebagai usaha mencapai tujuan perusahaan mencari profit atau keuntungan. Lantai Bumi Coffee And Space berdiri pada tahun 2016 lalu yang berlokasi di Pogung Baru Blok D, Sinduadi, Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Usaha ini memperjualbelikan produk kopi diantaranya arabika, robusta, espresso, dll. Selain kopi ada juga cemilan sebagai pendukung dikala menikmati kopi diantaranya kentang goreng, roti bakar, dll.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat masalah tentang rendahnya keputusan pembelian konsumen pada Lantai Bumi Coffee And Space. Hal ini terlihat sebagai berikut:

1. Informasi yang diperoleh mengenai Lantai Bumi Coffee And Space yang didapat oleh konsumen masih rendah dan konsumen banyak yang belum mengetahui keberadaan Lantai Bumi Coffee And Space.
2. Perilaku pasca pembelian yang dilakukan konsumen terhadap produk Lantai Bumi Coffee And Space menunjukan adanya kekurang puasan atas jasa yang ditawarkan.

Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh aspek-aspek bauran pemasaran di Lantai Bumi Coffee And Space yang belum dilaksanakan secara optimal. Adalah sebagai berikut :

1. *Promotion:* promosi yang dilakukan oleh Lantai Bumi Coffee And Space masih terbilang minim. Lantai Bumi hanya mengandalkan media Instagram untuk menarik perhatian calon konsumen. Lantai Bumi tidak melakukan promosi melalui media lainnya seperti majalah, brosur, radio, dll. Sehingga hanya sedikit orang mengetahui tentang Lantai Bumi Coffee And Space.
2. *People:* sebagian besar karyawan Lantai Bumi Coffee And Space tidak memberikan pelayanan secara optimal. Contohnya masih banyak karyawan yang tidak memberikan senyum kepada pelanggan. Sehingga menimbulkan kesan kurang ramah kepada pelanggan ketika melayani, yang pada akhirnya menimbulkan efek yang kurang baik.

Kedua hal di atas merupakan indikator dari bauran pemasaran jasa yang harus dioptimalkan oleh setiap pemilik usaha. Ketika bauran pemasaran tersebut tidak berjalan dengan baik, peneliti menduga hal tersebut berdampak pada rendahnya keputusan pembelian konsumen khususnya yang terjadi pada Lantai Bumi Coffee And Space Yogyakarta.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA LANTAI BUMI COFFEE AND SPACE YOGYAKARTA”**.

## **1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka penelitian akan mencoba mengidentifikasi masalah yang akan dibahas atau diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum pada Lantai Bumi Coffee And Space Yogyakarta?
2. Bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran dan kondisi keputusan pembelian konsumen pada Lantai Bumi Coffee And Space Yogyakarta?
3. Seberapa besar pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian konsumen Lantai Bumi Coffee And Space Yogyakarta?
4. Hambatan dan usaha apa saja yang dihadapi Lantai Bumi Coffee And Space dalam pelaksanaan bauran pemasaran jasa untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen?

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka penelitian dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut: **“Adanya Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lantai Bumi Coffee And Space Yogyakarta”**.

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Bagaimana gambaran umum pada Lantai Bumi Coffee And Space Yogyakarta.
2. Mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran jasa dan kondisi keputusan pembelian konsumen di Lantai Bumi Coffee And Space Yogyakarta.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian konsumen Lantai Bu,I Coffee And SpaceYogyakarta.
4. Mengetahui apa saja hambatan dan usaha apa saja yang dihadapi oleh Lantai Bumi Coffee And Space dalam pelaksanaan bauran pemasaran jasa untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Melalui penelitian yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat yaitu sebagai berikut:

#### **1.3.2.1 Teoritis**

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai pertimbangan bagi ilmu pengetahuan tentang ilmu administrasi bisnis pemasaran yang berkaitan dengan bauran pemasaran jasa dan keputusan pembelian konsumen.

#### **1.3.2.2 Praktis**

1. **Bagi Peneliti**

Diharapkan dapat bermanfaat dan menambah wawasan serta pengetahuan dan dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dalam topik pemasaran, khususnya mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap pembelian keputusan.

1. **Bagi Lantai Bumi Coffee And Space**

Sebagai bahan pertimbangan dalam melaksanakan bauran pemasaran jasa untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

1. **Bagi Pembaca**

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembang ilmu pengetahuan sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.