

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi saat ini banyak terjadi perubahan dan perkembangan, salah satunya yang terus berkembang adalah bisnis di berbagai bidang seperti bisnis kuliner. Bisnis adalah suatu kegiatan jual beli produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan juga loyalitas konsumen. “*A product that are anything that can be offered to a market to satisfy a want or a need*” yang artinya produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler, 1997:430). Bisnis kuliner merupakan kegiatan jual beli dengan makanan dan minuman sebagai produk yang ditawarkannya, mulai dari makanan dan minuman ringan, makanan rumahan hingga *fast food*.

Dari sekian banyak bisnis, bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang terus berkembang dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Tabel 1.1
Kenaikan Jumlah Bisnis Kuliner di Jawa Barat Tahun 2020-2021

Jenis Bisnis Kuliner	Tahun	
	2020	2021
Rumah Makan	43	164
Restaurant	152	152

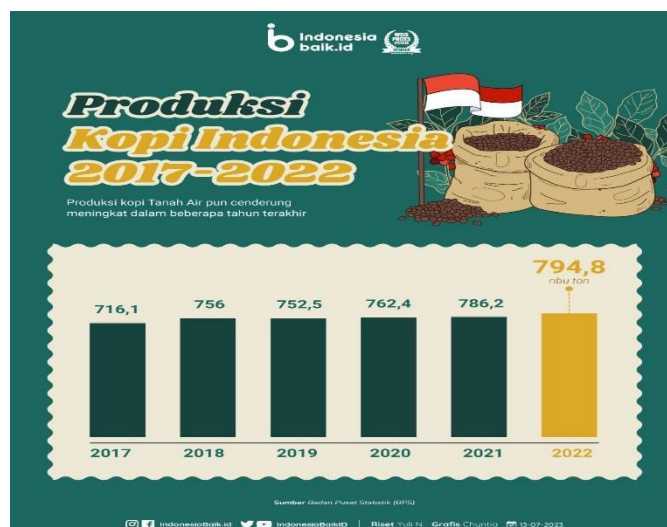
Sumber: Badan Pusat Statistik

Dapat dilihat dari tabel 1.1 bahwa usaha kuliner khusus di Jawa Barat meningkat terutama pada jenis rumah makan.

Produk dari bisnis kuliner yang sedang banyak diminati saat ini adalah kopi. Belakangan ini kopi menjadi minuman yang banyak digemari dan dikonsumsi oleh masyarakat sehingga menaikkan jumlah produksi kopi dari tahun ke tahun seperti pada tabel berikut:

Tabel 1.2

Kenaikan Jumlah Produksi Kopi



Sumber: Badan Pusat Statistik

Dapat dilihat pada tabel 1.2 diatas bahwa produksi kopi terus meningkat setiap tahunnya dari mulai tahun 2017 hingga tahun 2022. Hal ini disebabkan karena mulai banyaknya usaha coffee shop yang berdiri. Saat ini *coffee shop* sedang menjadi tren tempat nongkrong anak-anak muda maupun orang dewasa sehingga pertumbuhannya terus terjadi.

Tetapi, semakin banyaknya usaha sejenis yang muncul berarti semakin ketat pula persaingan yang ada. Hal ini mendorong para pelaku usaha *coffee shop* untuk terus berinovasi untuk membuat suatu perubahan dan perbedaan dengan usaha sejenis lainnya agar usahanya dapat terus berdiri dan dapat

bersaing. Melihat tren anak muda di media sosial saat ini, sesuatu yang *aesthetic* dan *instagramable* merupakan sesuatu yang digemari, ini merupakan suatu kesempatan dan juga celah untuk pelaku usaha *coffee shop* agar usahanya dapat terus berjalan, yaitu dengan cara memperhatikan aspek *physical evidence* atau sarana fisik dari usaha yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan ketertarikan konsumen.

Physical evidence atau sarana fisik merupakan fasilitas pendukung yang juga berperan penting dalam proses promosi karena selain menu yang disajikan, konsumen juga cenderung memperhatikan tempat yang akan ditunjanya. *Physical evidence* merupakan lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peran jasa tersebut (Shinta, 2018)

Physical evidence yang dimaksud dalam usaha *coffee shop* dapat berupa bentuk dan penataan ruang, tema ruangan, luas area konsumen, tempat parkir, toilet, tempat ibadah, kebersihan keseluruhan ruangan, dan lain sebagainya. *Physical evidence* antara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang yang disatukan dengan servis yang diberikan (Baker, 2016).

Masyarakat khususnya anak muda saat ini sedang sangat menggemari tempat-tempat yang *cozy* dan *aesthetic* untuk mengisi *feeds* sosial medianya ataupun sekedar berkumpul bersama teman, bekerja, maupun menyendiri.

Semakin nyaman tempatnya maka semakin nyaman pula konsumen untuk mengunjungi dan menghabiskan waktunya ditempat tersebut. Oleh karena itu, aspek *physical evidence* merupakan aspek yang penting dalam keberlangsungan usaha dan menaikan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Keputusan pembelian sendiri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh calon konsumen terkait langkah apa yang akan diambil oleh konsumen dalam rangka membeli suatu produk tertentu. Ketika ingin membeli suatu produk, konsumen akan dihadapkan dengan beberapa pilihan dengan perbedaan seperti merek, bentuk, dan lain sebagainya, untuk memilih satu diantara banyak pilihan tersebut konsumen akan melakukan beberapa hal untuk memilih opsi yang tepat untuk melakukan keputusan akan pembelian produk tersebut. “Keputusan pembelian konsumen merupakan proses evaluasi calon pembeli dalam membentuk pemertingan berdasarkan merek yang sudah ada dari beberapa opsi” (Kotler & Keller, 2009). Keputusan pembelian konsumen pada *coffee shop* dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, contohnya seperti tempat, menu, tempat parkir, dan sebagainya yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen tersebut.

Salah satu usaha *coffee shop* yang mulai didirikan di Bandung adalah Lekohfe *Café*. Lekohfe merupakan usaha dibidang kuliner berupa *coffee shop* yang baru berdiri selama dua tahun, menawarkan berbagai jenis minuman dan makanan dengan menu utama kopi dan *pastry* yang berlokasi di Jl. Sawah Kurung Raya No.20, Ciateul, kec. Regol, Kota Bandung, Jawa Barat. Lekohfe

café ini didirikan dua tahun yang lalu dengan mengusung tema minimalis dengan dua metode penjualan, yaitu secara *offline* dan *online*.

Tabel 1.3
Data Penjualan Lekohfe Café
Periode Januari – Desember 2023.

NO	BULAN	JUMLAH PENJUALAN	TARGET PENJUALAN
1	JANUARI	780 pcs	1.000 pcs
2	FEBRUARI	1.000 pcs	1.000 pcs
3	MARET	2.194 pcs	1.000 pcs
4	APRIL	1.476 pcs	1.300 pcs
5	MEI	2.066 pcs	1.500 pcs
6	JUNI	1.910 pcs	2.000 pcs
7	JULI	1.958 pcs	2.000 pcs
8	AGUSTUS	2.145 pcs	2.000 pcs
9	SEPTEMBER	2.479 pcs	2.300 pcs
10	OKTOBER	2.010 pcs	2.500 pcs
11	NOVEMBER	2.257 pcs	2.500 pcs
12	DESEMBER	2.148 pcs	2.500 pcs

Sumber: Owner Lekohfe, 2023

Dapat dilihat dari tabel 1.3 diatas terkait data penjualan Lekohfe *café* dimana pada tiga bulan terakhir yaitu bulan Oktober hingga Desember terjadi penurunan penjualan sehingga tidak mencapai atau tidak memenuhi target penjualan yang ditetapkan.

Tabel 1.4

Kuesioner Pra Penelitian Keputusan Pembelian Konsumen

Pertanyaan.	Jumlah			
	Ya	%	Tidak	%
Apakah anda mengetahui Lekohfe Café?	6	60%	4	40%
Apakah anda pernah membeli produk Lekohfe Café?	4	40%	6	60%
Apakah anda membeli produk Lekohfe secara langsung?	2	20%	8	80%
Apakah anda pernah mengunjungi kedai Lekohfe?	2	20%	8	80%

Informasi mengenai Lekohfe Café mudah didapatkan	2	20%	8	80%
Anda memilih Lekohfe dibandingkan dengan merek kopi lain?	2	20%	8	80%
Fasilitas eksterior (petunjuk, tempat parkir,dll) Lekohfe Café memadai untuk melakukan pembelian offline?	8	80%	2	20%
Fasilitas interior (ruang tunggu, tempat duduk, toilet, atmosfer,dll) Lekohfe Café memadai untuk melakukan pembelian offline?	5	50%	5	50%

Sumber: olahan peneliti, 2023

Tabel 1.5

Kuesioner Pra Penelitian Physical Evidence

Pertanyaan	Jawaban			
	Ya	%	Tidak	%
Fasilitas eksterior (petunjuk, tempat parkir,dll) Lekohfe Café memadai untuk melakukan pembelian offline?	8	80%	2	20%
Fasilitas interior (ruang tunggu, tempat duduk, toilet, atmosfer,dll) Lekohfe Café memadai untuk melakukan pembelian offline?	5	50%	5	50%

Sumber: olahan peneliti, 2023

Setelah melakukan survey tempat pra penelitian, peneliti akhirnya memutuskan untuk mengetahui lebih lanjut terkait dengan Lekohfe *Café* dalam penelitian tugas akhir ini karena peneliti melihat adanya beberapa masalah terkait keputusan pembelian pada Lekohfe cafe yang disebabkan oleh faktor physical evidence, antara lain:

1. Servicescape.
 - a. Fasilitas Eksterior berupa signane, serta parking space yang disediakan oleh Lekohfe café kurang memadai untuk melakukan pembelian offline.

- b. Fasilitas Interior berupa ruang tunggu serta meja untuk ditempati oleh konsumen yang membeli offline hanya sedikit.

Terkait dengan pembahasan yang sudah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan analisis lebih lanjut dan menyusun hasil penelitian ini dalam tugas akhir berupa skripsi dengan judul “Pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian pada Lekohfe *Cafe* Bandung.”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan perumusan masalah serta batasan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana Gambaran Umum dari Lekohfe *Cafe*?
2. Bagaimana Kondisi *Physical Evidence* pada Lekohfe *Cafe*?
3. Bagaimana Kondisi Keputusan Pembelian pada Lekohfe *Cafe*?
4. Seberapa Besar Pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian pada Lekohfe *Cafe*?
5. Hambatan-Hambatan Apasaja yang Dihadapi dan Upaya Apasaja yang Dilakukan untuk Mengatasi Hambatan yang Terjadi pada Lekohfe *Cafe*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian umumnya adalah jawaban atas rumusan masalah yang sudah dirumuskan sebelumnya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini, antara lain:

1. Untuk Mengetahui Gambaran Umum Lekohfe *Cafe*.
2. Untuk Mengetahui Kondisi *Physical Evidence* pada Lekohfe *Cafe*.
3. Untuk Mengetahui Kondisi Keputusan Pembelian pada Lekohfe *Cafe*.
4. Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian pada Lekohfe *Cafe*.
5. Untuk Mengetahui Hambatan-Hambatan Apasaja yang dihadapi dan Upaya Apasaja yang Dilakukan Untuk Mengatahi Hambatan yang Terjadi pada Lekohfe *Cafe*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi bidang akademik khususnya dibidang Ilmu Administrasi Bisnis terutama dalam pokok bahasan “Pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian.”

2. Kegunaan Praktis.

- a. Bagi Peneliti.

Penelitian ini sangat berguna untuk mengasah pengetahuan, kemampuan, serta pemahaman peneliti mengenai pokok bahasan yang diteliti maupun untuk mengasah pemahaman peneliti terkait pembelajaran pada jurusan Ilmu Administrasi Bisnis khususnya mengenai *Physical Evidence* dan Keputusan Pembelian.

b. Bagi Objek Penelitian.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan serta masukan untuk evaluasi dan berguna untuk kemajuan usaha *Lekohfe Cafe* di masa yang akan datang.

c. Bagi Pihak lain.

Peneliti berhadap karya tulis ini dapat menjadi manfaat serta membantu para pembaca untuk menambah pengetahuan maupun sebagai bahan bacaan untuk penelitian lebih lanjut mengenai pokok bahasan “Pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian.”

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi

Penelitian ini dilakukan di lokasi tempat usaha *Lekohfe Cafe* berdiri tepatnya di Jalan. Sawah Kurung Raya No.20, Ciateul, Kec. Regol, Kota Bandung.

1.5.2 Lamanya Penelitian

Penelitian ini diperkirakan akan berlangsung selama enam bulan, dimulai dari pertengahan bulan September 2023 sampai dengan bulan Maret 2024. Adapun jadwal kegiatan yang dilaksanakan oleh peneliti akan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1.6

NO	KETERANGAN	TAHUN PENELITIAN 2023 - 2024																													
		SEPTEMBER			OKTOBER			NOVEMBER			DESEMBER			JANUARI			FEBRUARI			MARET			APRIL			MEI			JUNI		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
TAHAP PERSIAPAN																															
1	Penjajakan	■																													
2	Studi Kepustakaan		■																												
3	Pengajuan Judul			■																											
4	Penyusunan Usulan Penelitian				■																										
5	Seminar Usulan Penelitian															■															
TAHAP PENELITIAN																															
1	Pengumpulan Data																	■													
a.	Dokumentasi																	■													
b.	Angket																	■													
c.	Observasi																	■													
2	Pengolahan Data																										■				
3	Analisis Data																												■		
TAHAP PENYUSUNAN																															
1	Pembuatan Laporan																														
2	Perbaikan Laporan																											■			
3	Sidang Skripsi																												■		

Sumber: Olahan Peneliti, 2023