

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cafe dan kedai kopi tengah menjamur di Indonesia sebagai hasil dari kegemaran masyarakat terhadap gaya hidup yang lebih aktif. Saat ini, minum kopi tidak hanya dianggap penting, tetapi juga sebagai kebutuhan hidup, terutama bagi kaum muda dan pekerja perkotaan. Cafe kini digunakan sebagai pusat kegiatan sosial, tempat bekerja, dan tujuan wisata kuliner, selain sebagai lokasi untuk menikmati kopi. Seiring dengan pertumbuhan jumlah pengunjung, baik domestik maupun internasional, semakin meningkat pula kebutuhan akan cafe yang menyajikan ide-ide yang khas, estetik, dan nyaman.

Persaingan di industri cafe semakin ketat seiring perkembangannya. Banyak cafe bermunculan dengan berbagai ide dan pendekatan untuk menarik pelanggan. Kesuksesan sebuah cafe sangat bergantung pada sejumlah faktor, termasuk pengalaman pelanggan, lokasi, layanan, harga, dan kualitas produk. Oleh karena itu, agar dapat berhasil dalam menghadapi persaingan yang ketat, setiap cafe harus memiliki rencana bisnis yang tepat.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas industri kopi dari sisi produksi dan dampaknya terhadap perekonomian, masih sedikit kajian yang secara spesifik menyoroti strategi bisnis cafe dalam menghadapi persaingan. Sebagian besar studi lebih berfokus pada aspek produksi kopi dan kesejahteraan petani, sementara riset terkait strategi bisnis cafe dalam memanfaatkan tren konsumsi kopi domestik masih terbatas. Oleh karena itu, tujuan utama studi ini adalah untuk mempelajari bagaimana cafe dapat melakukan inovasi dalam bisnis mereka, meningkatkan pemasaran mereka, dan mengelola pengalaman pelanggan mereka sehingga mereka dapat tetap kompetitif.

Menurut Hanika (2020), Setelah Vietnam, Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbanyak kedua di Asia, dengan produksi yang mengalami peningkatan sebesar 4% pada periode 2022–2023, mencapai 12 juta kantong kopi standar internasional. Peningkatan ini menunjukkan potensi besar Indonesia dalam industri kopi global. Selain itu, konsumsi domestik kopi juga mencatat pertumbuhan signifikan sebesar 44% dalam kurun waktu 2008–2019 (Rika, 2023).

Dalam bidang pemasaran, mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan sangat penting bagi kelangsungan jangka panjang sebuah cafe. Pelanggan mempertimbangkan sejumlah kriteria selain kualitas produk yang ditawarkan, seperti harga, strategi promosi, kualitas layanan, lokasi, serta pengalaman yang dirasakan pelanggan. Keberhasilan suatu cafe dalam menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitas konsumen sangat bergantung pada pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor ini. Selain itu, tren konsumsi kopi yang terus berkembang, seperti meningkatnya minat terhadap kopi berbasis susu, kopi spesialti, maupun

minuman berbasis kopi lainnya, turut memengaruhi pola konsumsi pelanggan (Priyono, 2019).

Cafe Coffee House Sibolangit menghadapi tantangan dalam menarik pelanggan karena beroperasi dalam industri yang sangat dinamis, di mana tren dan preferensi konsumen terus berkembang dengan cepat, terutama dengan adanya pengaruh besar dari media sosial. Cafe ini harus menentukan elemen-elemen yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen dan membuat rencana pemasaran yang sukses agar dapat menjadi lebih kompetitif di pasar yang semakin ketat.

Dalam menghadapi persaingan, Cafe Coffee House Sibolangit dapat mengutamakan variasi produk dan kualitas layanan sebagai strategi utama. Penyediaan berbagai varian kopi, mulai dari cita rasa klasik hingga inovasi minuman berbasis kopi yang unik, dapat menarik minat pelanggan dengan selera yang beragam. Selain itu, layanan yang ramah, suasana yang nyaman, serta desain interior yang menarik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan mendorong loyalitas pelanggan. Dengan memahami kebutuhan dan menyesuaikan strategi berdasarkan preferensi konsumen, Cafe Coffee House Sibolangit dapat memperkuat posisinya di pasar dan menjadi destinasi favorit bagi para pecinta kopi.

Dengan menawarkan beragam menu seperti Espresso, Americano, Coffee Milk Shake, Coffee Latte, Coffee Misko, Cappuccino Cincau, dan Mocaccino, cafe cenderung menarik beragam klien. Semakin lengkap pilihan yang tersedia, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas dan tertarik untuk kembali mencoba menu lainnya.

Namun, tanpa dukungan layanan berkualitas tinggi, keragaman produk tidak dapat berfungsi secara optimal. Untuk memberikan pengalaman pelanggan yang positif, kualitas layanan termasuk keramahan staf, profesionalisme, dan kecepatan sangat penting. Misalnya, meskipun sebuah cafe memiliki beragam pilihan kopi yang lezat, pelanggan tidak akan merasa dihargai dan cenderung tidak akan kembali jika layanannya di bawah standar.

Teori SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1988) dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan ini. Teori ini menguraikan lima aspek penting kualitas layanan: bukti fisik, jaminan, daya tanggap, empati, dan ketergantungan. Ketika dipadukan dengan ragam produk yang menarik, layanan berkualitas tinggi di kelima area tersebut dapat menghasilkan pengalaman pelanggan yang luar biasa, yang pada gilirannya memengaruhi loyalitas konsumen dan keputusan pembelian.

Pilihan pembelian penting bagi bisnis karena menunjukkan bahwa pelanggan telah memilih barang atau jasa tertentu dari berbagai kemungkinan. Hal ini mendukung pernyataan Hanny (2022) bahwa penilaian konsumen terhadap keragaman produk memengaruhi keputusan pembelian mereka, layanan, serta persepsi terhadap merek, yang akhirnya membawa pada tindakan pembelian. Keputusan pembelian yang kuat dapat menciptakan pelanggan yang loyal, di mana pelanggan ini akan melakukan pembelian ulang, bersedia membayar dengan harga lebih tinggi, dan memberikan dampak positif pada laba perusahaan. Oleh karena itu, setiap bisnis cafe berupaya meningkatkan kualitas layanan dan

varian produk agar dapat mendorong konsumen mengambil keputusan pembelian yang berulang dan pada akhirnya membangun loyalitas pelanggan.

Cafe Coffee House Sibolangit mempertahankan pelanggan dengan berfokus pada variasi produk yang menarik untuk memengaruhi keputusan pembelian. Menurut Sabilla (2023), variasi produk dinilai dari sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap berbagai pilihan yang ditawarkan. Handojo (2022) menambahkan bahwa kepuasan ini dapat mendorong keputusan pembelian serta meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali mencoba varian lainnya. Di cafe ini, variasi produk kopi dijaga dengan menghadirkan berbagai pilihan rasa, metode seduh, dan tingkat kekuatan kopi, serta menjaga konsistensi kualitas setiap produk yang disajikan. Dengan memastikan setiap varian kopi selalu disajikan dalam kondisi terbaik, Pelanggan dijamin mendapatkan pengalaman menikmati kopi yang nikmat di Cafe Coffee House Sibolangit. Iman dkk. (2020) menemukan bahwa menawarkan beragam produk kopi berkualitas tinggi memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan, sehingga memperkuat metode ini.

Hasilnya, menawarkan pilihan produk kopi yang konsisten dan berkualitas tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memotivasi pelanggan untuk terus mencoba dan membeli dari Cafe Coffee House Sibolangit.

Kualitas layanan memiliki pengaruh yang substansial dan positif terhadap keputusan pembelian pelanggan di cafe Wareg Bengkulu, menurut studi Aryandi (2020) tentang topik tersebut. Pelanggan yang puas cenderung kembali dan menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain. Pembelian yang lebih sering dan bernilai didorong oleh pandangan pelanggan terhadap nilai produk, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh kepuasan layanan.

Secara keseluruhan, dengan menawarkan pengalaman pelanggan yang positif selain produk berkualitas tinggi, Cafe Coffee House Sibolangit mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Pada akhirnya, pendekatan ini menumbuhkan loyalitas pelanggan dan memperkuat keputusan pembelian di masa mendatang dengan menempatkan konsumen sebagai pusat dari setiap interaksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan dan variasi produk Cafe Coffee House Sibolangit terhadap keputusan pelanggan untuk membeli kopi di sana. Untuk memaksimalkan keragaman produk kopi dan meningkatkan kualitas layanan, cafe harus memahami aspek-aspek penawaran mereka yang paling dihargai pelanggan dalam menghadapi persaingan yang ketat di sektor cafe. Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu cafe membuat pilihan strategis yang akan meningkatkan kepuasan dan daya tarik konsumen sekaligus memperkuat posisi mereka di pasar, terutama di wilayah Sibolangit.

Berdasarkan konteks tersebut, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian yang diberi nama **"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Cafe Coffee House Sibolangit"**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan di Cafe Coffee House Sibolangit.
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Coffee House Sibolangit.
3. Apakah variasi produk dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Cafe Coffee House Sibolangit.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian di Cafe Coffee House Sibolangit.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Cafe Coffee House Sibolangit.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh variasi produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Cafe Coffee House Sibolangit.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
Mengenali unsur-unsur yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli minuman kopi di Cafe Coffee House Sibolangit dan meningkatkan taktik pemasaran untuk meningkatkan kepuasan dan daya tarik klien.
2. Bagi perusahaan
Untuk meningkatkan keputusan pembelian di masa mendatang melalui varian produk dan kualitas layanan, penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi dan panduan.
3. Bagi penelitian selanjutnya
untuk digunakan sebagai dasar penelitian yang menyelidiki dampak layanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan cafe.