

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi saat ini menciptakan perubahan dan perkembangan bisnis, salah satunya pada bidang kuliner. Banyak pelaku bisnis melakukan inovasi terhadap bisnisnya. *Cafe*, *coffee shop*, dan *bakery* merupakan beberapa inovasi yang muncul dari inovasi pelaku bisnis kuliner. *Cafe* menjadi salah satu yang populer di kalangan milenial. *Cafe* merupakan salah satu tempat yang bisa dikunjungi oleh para remaja hingga orang dewasa sebagai tempat berkumpul, bersantai, serta berbincang dengan teman, keluarga, ataupun rekan kerja. *Cafe* menyediakan makanan dan minuman, serta suasana yang lebih santai dan rileks. Hal ini membuat banyak orang memilih *cafe* dibandingkan restoran untuk makan ataupun bersantai. Hal inilah yang mendasari munculnya banyak *cafe* di seluruh kota di Indonesia, tak terkecuali di Kota Malang.

Bisnis kuliner di kota Malang telah berkembang pesat. Kota Malang dikenal sebagai salah satu kota Pendidikan dan pariwisata, sehingga tidak heran jika memiliki berbagai macam destinasi kuliner. Beragamnya kuliner di Kota Malang ini menarik minat para wisatawan untuk berdatangan ke kota Malang.

Data Badan Pusat Statistik Kota Malang yang menunjukkan bahwa pada tahun 2021, di Malang terdapat 6.378 cafe dan mengalami peningkatan menjadi 7.203 pada tahun 2022. Dimana cafe baru terus bermunculan hingga saat ini

(<https://satudata.malangkota.go.id/publik/filter?bidang=Pariwisata>).

Banyaknya cafe menunjukkan bahwa peminat cafe di Kota Malang ini sangat tinggi dan merupakan salah satu peluang bisnis yang menjanjikan.

Cafe di Malang ini memiliki konsep ataupun suasana yang berbeda mulai dari yang bernuansa alam sampai yang modern. *Cafe* di Malang juga merupakan salah satu tempat yang banyak digunakan konsumen, khususnya pelajar/mahasiswa untuk mengerjakan tugas, mengadakan pertemuan, ataupun sekedar bersantai. Hal ini dikarenakan *Cafe* tersebut memiliki harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, suasana dan fasilitas yang mendukung, serta adanya banyak promo. Maka dari itu *cafe* menjadi tempat yang didominasi oleh kalangan anak muda.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang penting dalam suatu usaha di bidang jasa. Menurut Parasuraman, Zethaml, dan Berry (dalam Lupiyoadi, 2013) keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. Kualitas pelayanan merupakan satu keharusan yang dimiliki sebuah perusahaan untuk dapat bertahan dalam mendapatkan kepercayaan konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen. Salah satu cara agar penjualan jasa lebih unggul dibandingkan para pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan pelanggan. Pelayanan yang memuaskan akan menimbulkan dampak terjadinya pembelian berulang kali sehingga menimbulkan loyalitas konsumen. Menurut Parasuraman dalam (Tjiptono dan Chandra, 2015:137) terdapat 5 indikator penentu dalam kualitas

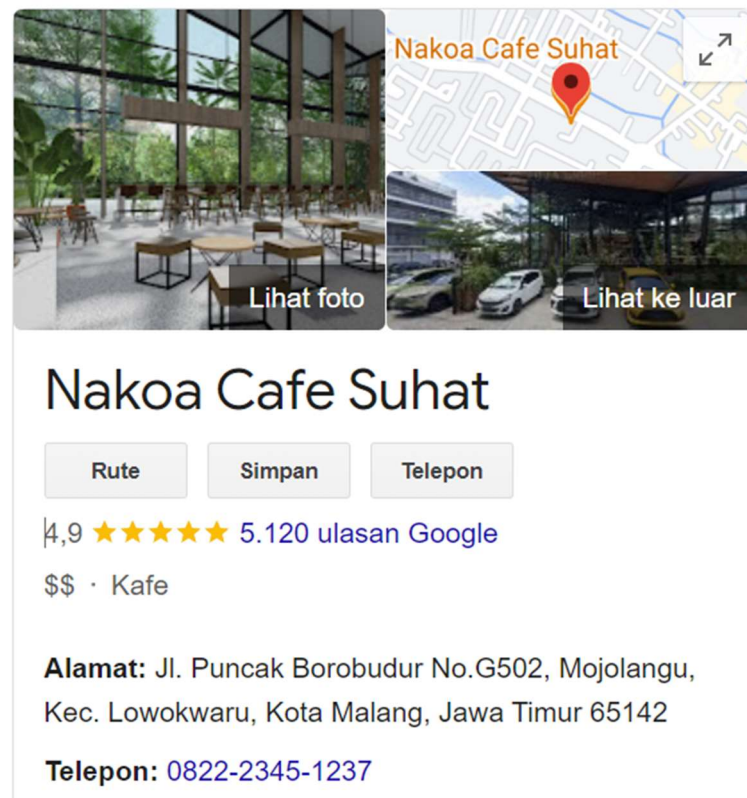
pelayanan yaitu: Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangible*).

Adawiyah (2020:89) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Lena (2021:101) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan kepuasan bagi pelanggan, hal ini mengindikasikan adanya suatu hubungan yang sangat erat di antara keduanya. Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya. Kepuasan konsumen akan berpengaruh secara terhadap keputusan pembelian.

Menurut Indrasari (2019) keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan kata lain pilihan/alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Adapun menurut Kholidah dan Arifiyanto (2020) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Perilaku konsumen akan menentukan pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Maka pelaku bisnis atau Perusahaan harus mempertimbangkan dan menonjolkan produk-produknya agar menjadi pertimbangan atau nilai plus bagi konsumen sehingga konsumen dapat memilih dan memutuskan untuk membeli. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan suatu perusahaan atau

pelaku bisnis. Kualitas layanan yang baik akan membuat konsumen merasa dilayani dengan baik serta menumbuhkan rasa ingin membeli. Menurut Indrasari (2019) indikator dari keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi lima keputusan, yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Salah satu *cafe* di Kota Malang yang terkenal dan diminati oleh kalangan anak muda adalah Nakoa Cafe. Di kota Malang nakoa memiliki 4 cabang yaitu Nakoa Cafe Bondowoso, Nakoa Cafe Dinoyo, Nakoa Cafe Panjaitan, dan Nakoa Cafe Suhat. Nakoa Cafe menjadi salah satu cafe yang ramai di Malang karena harganya masih terjangkau untuk mahasiswa, fasilitas yang memadai, lokasi strategis (dekat dengan universitas), dan menyediakan tempat yang nyaman. Nakoa Cafe merupakan *Cafe* yang menyajikan berbagai macam minuman (kopi maupun non kopi) dan makanan. Nakoa Cafe juga memfasilitasi ruangan yang nyaman, makanan dan minuman yang enak, fasilitas yang baik. Nakoa Cafe juga memiliki pelayanan yang ramah seperti kasir yang menyambut dengan ramah serta dapat merekomendasikan menu, selain itu ketika kita bertanya mengenai letak toilet/*password wifi*/dll atau membutuhkan sedotan/sendok/piring kecil karyawan dengan sigap menjawab dan menunjukkan tempatnya.



Gambar I.1
Gambar Rating Google Review

Pada Google Review, Nakoa Cafe Malang Cabang Suhat Jl. Puncak Borobudur No. G502, Mojolangu, Kec. Lokowaru, Kota Malang memiliki Rating 4,9/5 dengan 5.120 ulasan dengan beberapa contoh testimoni pelanggan sebagai berikut.

Makan di tempat | Makan malam | Rp 75.000–100.000

Cafe estetik dengan nuansa modern dengan indoor di lantai 1 dan semi outdoor di lantai 2. Tempatnya nyaman dan cocok untuk kumpul bareng teman atau nugas. Rame pengunjung tapi suasananya ga bising, dan banyak dipakai untuk nugas. Menunya beraneka pastry, donut, dan cake. Rasanya lumayan enak kue maupun minumannya. Tapi kurangnya belum ada main coursennya atau makanan berat. Baristanya juga sopan dan ramah. Wajib banget kalau ke malang ke nakoa sih!

Makanan: 4/5 | **Layanan:** 5/5 | **Suasana:** 5/5

Gambar I.2

Gambar Salah Satu Ulasan Konsumen

Mba Iis pelayanannya TOP ...

Ruangan dalam full AC dingin, suasana cozy, makanan dan minumannya enak, harga worthed dikantong... venue nya industrialis bgt..bikin betah.. salam dr kami org bandung ...huhuy 😊😊😊

Makanan: 5/5 | Layanan: 5/5 | Suasana: 5/5



Gambar I.3

Gambar Salah Satu Ulasan Konsumen

Berdasarkan Gambar 2 dan 3 di atas dapat dilihat bahwa kualitas layanan di Nakoa Café terkhususnya Cabang Suhat Jl. Puncak Borobudur No. G502, Mojolangu, Kec. Lokowaru, Kota Malang baik. Pada Gambar 2 dikatakan bahwa Baristanya sopan dan ramah. Pada Gambar 3 dijelaskan bahwa pelayanan baik dengan mengatakan “Mbak Iis Pelayanannya TOP”. Dari beberapa contoh ulasan konsumen dapat disimpulkan pelayanan di Nakoa Cafe sudah baik.

Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Nakoa Cafe Cabang Suhat”.

B. Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan hal ini, penelitian ini akan membahas tentang pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Nakoa Cafe Cabang Suhat Malang. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3) , *Assurance* (X4), dan *Emphaty* (X5) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk di Nakoa Cafe Cabang Suhat Malang?
2. Apakah kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3) , *Assurance* (X4), dan *Emphaty* (X5) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk di Nakoa Cafe Cabang Suhat Malang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas layanan yang meliputi *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3) , *Assurance* (X4), dan *Emphaty* (X5) secara parsial terhadap keputusan pembelian produk di Nakoa Cafe Cabang Suhat Malang.
- b. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas layanan yang meliputi *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3) , *Assurance* (X4), dan *Emphaty* (X5) secara simultan terhadap keputusan pembelian produk di Nakoa Cafe Cabang Suhat Malang.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

- a. Bagi penulis, menambah wawasan dan pengetahuan penulis terkait dengan variabel-variabel yang diteliti yang berkaitan dengan kualitas layanan dan keputusan pembelian.
- b. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan variabel yang diteliti yaitu keputusan pembelian.