

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, mini market, departemen *store* (toserba), pasar swalayan (supermarket) dan lain-lain. Hal ini menimbulkan persaingan di antara perusahaan tersebut. Untuk memenangkan persaingan mereka (perusahaan) memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Secara teoritis keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terhadap yang ditawarkan sangat dipengaruhi oleh : 1) harga, 2) Produk 3) Pelayanan 4) Lokasi perusahaan/toko (Kotler,1996:165). Untuk itu perusahaan harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya, untuk itu perusahaan harus mampu mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang-barang yang ditawarkan oleh perusahaan atau toko tersebut.

Pemasaran telah jauh mendalami berbagai hal yang mempengaruhi konsumen dan mengembangkan suatu pengertian bagaimana konsumen dalam kenyataannya membuat suatu keputusan pada waktu membeli sesuatu, tujuan diadakannya pemasaran adalah mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan. Menurut Swastha dan Handoko (2000:111) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian berbeda-beda untuk masing-masing pembeli di samping produk yang dibeli dan saat membelinya berbeda. Faktor-faktor tersebut adalah, lokasi penjual yang strategis, pelayanan yang baik, kemampuan tenaga penjualnya, tingkat harga, iklan dan promosi, penggolongan barang. Dalam proses pembelian dimana seseorang yang berbelanja akan terlihat bahwa faktor lokasi dan harga akan ikut menentukan. Keputusan berbelanja biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli seperti faktor lokasi dan harga.

Banyaknya perusahaan dan toko di Bandung tentu akan menimbulkan atau memicu persaingan antar toko yang semakin ketat. Salah satu dari banyaknya toko yang berkembang di Bandung adalah Perspektif Café. Perspektif Café berdiri di Bandung pada tahun 2020. Perspektif Café adalah berada di kawasan bandung timur atau lebih spesifiknya berada di Kawasan Kecamatan Cileunyi. Lokasi Perspektif Café juga terhitung cukup strategis, dimana lokasi Perspektif Café ini berdiri di lingkungan padat penduduk. Tabel dibawah ini memperlihatkan kepadatan penduduk disekitar lokasi berdirinya Perspektif Café yakni di Kecamatan Cileunyi.

Tabel 1.1

## Penduduk Kecamatan Cileunyi Per Desa/Kelurahan Tahun 2019

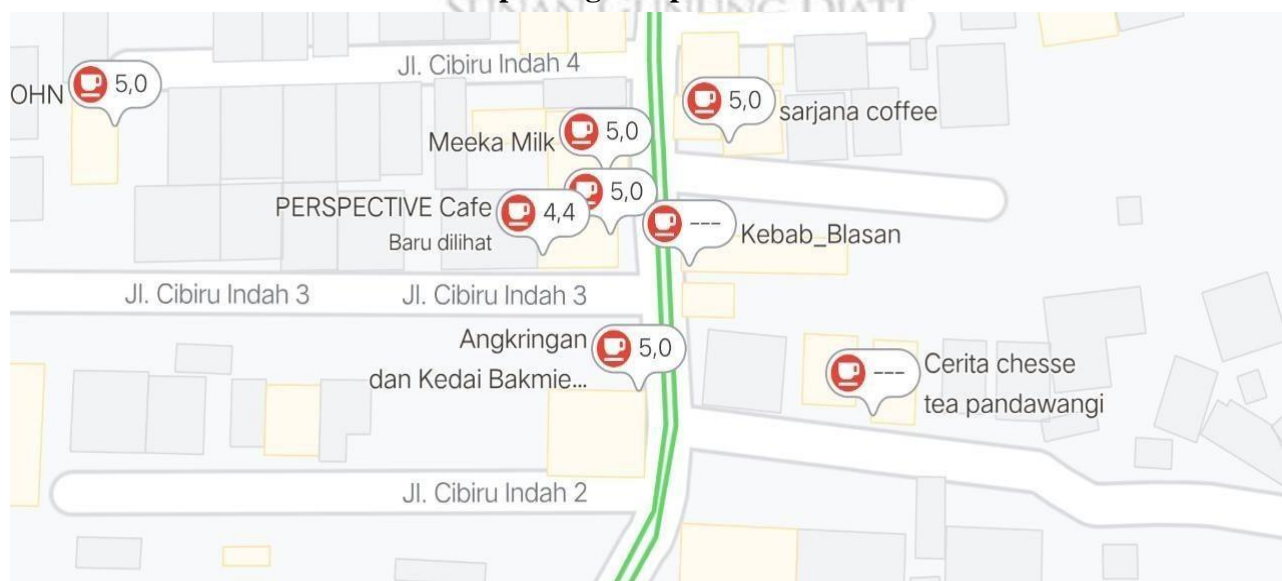
Desa/Kelurahan	Penduduk (Ribu)
Cibiru Hilir	12,91
Cinunuk	47,38
Cimekar	34,76
Cileunyi Kulon	23,89
Cileunyi Wetan	32,03
Cibiru Wetan	18,58
<b>Total Se-Kecamatan Cileunyi</b>	<b>169,55</b>

Sumber : *bandungkab.bps.go.id*

Selain itu, dari denah di bawah terlihat bahwa terdapat pesaing yang kuat, dan pesaing terdekat dari Perspektive Café adalah Sarjana Coffee, jarak yang hanya terpaut  $\pm 20$  meter juga merupakan usaha yang sejenis membuat Perspektive Café harus benar-benar memikirkan strategi yang efektif untuk mencapai kepuasan pelanggan guna terwujudnya kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan dari pelanggan, sehingga Perspektive Café bisa memenangkan persaingan dari kompetitor terdekatnya ini.

Gambar 1.1

## Lokasi pesaing Perspektive Café



Sumber : *Google Maps*

Beberapa pesaing lainnya disekitar Perspektive Café yang dianggap menjadi sebuah ancaman bagi para perusahaan dan toko yang jaraknya kurang dari 1 Km dari Perspektive Café disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 1. 2**

**Daftar persaingan perusahaan dan toko terdekat dari Perspektive Café**

<b>No</b>	<b>Nama Perusahaan Dan toko</b>	<b>Alamat</b>	<b>Jarak</b>
1	Angkringan dan Kedai Bakmie Sokrates	Jl. Pandanwangi No.2, Cibiru Wetan, Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40625	10 M
2	Sarjana Coffee	Jl. Pandanwangi, Cibiru Wetan, Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40625	20 M
3	Parulian Kuliner	Jl. Pandanwangi No.15, Cibiru Wetan, Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40621	110 M
4	My Grill Story	Jl. Pandanwangi Ruko Cendrawasih No.3, Cibiru Wetan, Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40625	170 M
5	Kedai Kopi Bamboo	Komplek Permata Biru Blok B.75 Rt/Rw 02/19, Kecamatan Cileunyi, Cinunuk, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40624	400 M

6	Angkringan Narkoboy	Jl. Raya Tagog No.127, Cinunuk, Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40624	700 M
7	Cerita Cangkir	Jl. Raya Tagog No.113, Cinunuk Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40624	750 M
8	Kedai Sadudulur	Jl. Cibiru Hilir No.26, Cibiru Hilir, Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40626	750 M
9	Ponyo Resto & Wedding	Jl. Raya Tagog Cinunuk No.186, Cinunuk, Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40624	800 M

Sumber : *Google Maps* (2022)

Dapat disimpulkan dari tabel tersebut, bahwa *Perspektive Café* ini tidak berdiri didaerah tersebut tanpa adanya pesaing. Terdapat perusahaan dan toko-toko lain yang jaraknya kurang dari 1Km dari *Perspektive Café* ini. Maka dengan adanya pesaing-pesaing tersebut, dapat menjadi ancaman bagi perusahaan apabila tidak mempertahankan loyalitas pelanggan dengan memberikan kepuasan pelanggan yang optimum.

Peneliti juga melakukan mini survey dan berdasarkan pada mini survey yang dilaksanakan pada 17 konsumen yang memutuskan untuk membeli di *Perspektive Café* dapat dilihat hasilnya melalui tabel berikut :

**Tabel 1. 3**  
**Hasil Mini Survey**

No	Hari/Tanggal	Pertanyaan	Hasil
1	Senin, 28 Februari 2022	Apakah Perspektive Cafe adalah pilihan utama anda untuk membeli makanan?	11 dari 17 responden mengatakan YA dan sisanya TIDAK
2	Senin, 28 Februari 2022	apakah harga produk yang di tawarkan perspektive Cafe Terjangkau?	1 dari 17 responden mengatakan YA dan sisanya TIDAK
3	Senin, 28 Februari 2022	apakah harga profuk yang ditawarkan perspektive cafe sesuai dengan harga pasaran yang ada?	15 dari 17 responden mengatakan YA dan sisanya TIDAK
4	Senin, 28 Februari 2022	apakah akses lokasi perspektive cafe terjangkau?	16 dari 17 responden mengatakan YA dan sisanya TIDAK
5	Senin, 28 Februari 2022	apakah suasana tempat parkir Perpektive Cafe luas dan nyaman?	15 dari 17 responden mengatakan YA dan sisanya TIDAK
6	Senin, 28 Februari 2022	apakah lingkungan sekitar perspektive cafe nyaman dan menarik ?	17 Responden Menagatakan YA
7	Senin, 28 Februari 2022	apakah tedapat keluhan terkait lokasi dan harga produk di perspektive cafe?	2 dari 17 Responden mengatakan YA dan Sisanya TIDAK

Sumber : *Google Formulir* (2022)

Berdasarkan dari hasil mini survey yang dilaksanakan peneliti maka kesimpulan dapat diambil adalah 85% jawaban responden mengatakan YA, artinya pelanggan tertarik untuk mengunjungi Perspektive Café. Sebagian besar pelanggan mengungkapkan bahwa mereka tertarik untuk mengunjungi Perspektive Café ini karena lokasi toko dan harga produk dirasa cukup baik akan tetapi masih ada responden yang memiliki keluhan terhadap hal-hal yang berkaitan atau berhubungan dengan lokasi toko dan harga produk yang dimiliki Perspektive Café.

Harga menjadi faktor kunci strategi pemasaran. Ditengah persaingan yang cukup ketat dan pelaku bisnis berlomba lomba untuk memuaskan konsumen dengan menawarkan harga yang cukup terjangkau namun cukup memberikan profit yang besar, tentunya penentuan harga yang tepat bisa memuaskan konsumen

Dalam menghadapi kompetitoranya, Perspektive Café telah melakukan beberapa upaya guna meningkatkan keputusan pembelian pelanggan, dan berupaya meningkatkan kenyamanan dan jangkauan pelanggan, seperti membangun tempat parkir semenarik mungkin, namun parkirannya yang tidak terlalu luas mengakibatkan sering terjadi penumpukan kendaraan bahkan kemacetan. Selain itu Perspektive Café berusaha untuk selalu meningkatkan kepuasan konsumen dari waktu ke waktu melalui strategi-strategi yang mampu menunjang usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat di antara pelaku bisnis yang sejenis. Dalam menentukan dan melaksanakan strategi bersaing diperlukan langkah yang dinamis tetapi penuh kewaspadaan. Perspektive Café harus tetap mempertahankan kedudukannya agar usaha tersebut dapat berjalan sesuai dengan keinginan yang diharapkan. Melihat kondisi persaingan yang demikian, maka Perspektive Café harus menentukan strategibersaing yang tepat guna menghadapi strategi bersaing yang tepat guna menghadapi persaingan. Faktor lokasi toko dan harga menjadi perhatian yang serius dari pihak manajemen.

Dengan masalah yang penulis paparkan di atas maka penulis memilih judul penelitian dengan judul : **“Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perspetive Café”**

## **B. Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian dan mini survey di atas, peneliti mengidentifikasi permasalahan berikut ini :

- a. Tempat parkir yang kurang luas sehingga seringkali menyebabkan penumpukan kendaraan hingga ke bahu jalan
- b. Banyak nya toko dan café di sekitar lokasi café yang membuat persaingan di lokasi tersebut semakin kuat
- c. Kurang lancarnya akses menuju ke lokasi yang membuat seringkali terjadinya kemacetan di sekitar jalan menuju café
- d. Harga produk yang ditawarkan cukup tinggi di bandingkan dengan para pesaing di sekitaran café
- e. Harga produk di tawarkan kurang sesuai dengan lokasi sekitar café

### 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang didapati di atas, maka peneliti mengemukakan rumusan pernyataan berikut ini :

- a. Apakah, bagaimana, dan seberapa besar lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Perspektive Café?
- b. Apakah, bagaimana, dan seberapa besar harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Perspektive Café?



- c. Seberapa Apakah, bagaimana, dan seberapa besar lokasi dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Perspektive Café?

### **C. Tujuan Penelitian**

Bagi sebuah penelitian, tentunya terdapat tujuan dilakukannya penelitian tersebut, berdasarkan hal tersebut, tujuan daripada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian Perspektive Café.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian Perspektive Café.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian Perspektive Café.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat akademik dan praktis. Berikut merupakan manfaat penelitian ini :

1. Manfaat Akademik

Dalam penelitian ini, penulis berharap untuk dapat memberikan kontribusi terhadap ruang lingkup ilmu pengetahuan dan akademik di bidang manajemen dan manajemen pemasaran. Terkhusus, untuk mengetahui pengaruh variabel lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi, referensi dan bahan pertimbangan bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian lanjutan dengan topik atau tema yang serupa.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan sarana bagi penulis untuk mengimplementasikan pengetahuan terkait dengan lokasi, harga dan keputusan pembelian. Disisi lain, penelitian ini juga diharapkan memberikan tambahan informasi dan saran terhadap Perspektif Café sebagai bahan analisis terhadap pengambilan keputusan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, khususnya dalam mempertimbangkan lokasi dan harga dalam ruang lingkup manajemen pemasaran.





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG