

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini terlihat sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah *coffee shop*. Banyaknya bisnis *coffee shop* pada tahun 2013 ini membuat persaingan menjadi kuat dan saling berkompetisi dalam merebut pasar konsumen serta menarik konsumen tersebut agar melakukan pembelian.

Keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain keyakinan dan pendirian (Kotler dan Keller 2007). Berdasarkan uraian di atas maka proses keputusan pembelian konsumen sangat ditentukan oleh faktor psikologi mereka sendiri antara lain keyakinan dan pendirian mereka, kemudian mengidentifikasi masukan-masukan informasi yang mereka peroleh mengenai barang atau produk kemudian mengevaluasinya untuk melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian konsumen juga dapat dipengaruhi oleh periklanan yang dilakukan perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) berpendapat bahwa periklanan adalah bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi yang dibayar mengenai gagasan, barang atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi. Iklan yang baik diharapkan menjamin komunikasi antar produsen dan konsumen sehingga dengan menjalankan iklan yang tepat dan dikendalikan dengan baik akan dapat mempengaruhi dan menaikkan tingkat pembelian konsumen.

Selanjutnya *coffee shop* kini telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat. Menurut Kotler (2002), Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup inilah yang nantinya akan menjadi identitas dari kepribadian seorang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai sebuah produk atau jasa berdasarkan kualitas, manfaat promosi yang diberikan, tetapi lebih dari itu, mereka menginginkan suatu komunikasi dan kegiatan pemasaran yang memberikan sensasi, menyentuh hati mereka, serta sesuai dengan gaya hidup mereka. Dengan kata lain, konsumen menginginkan produk yang kehadirannya dapat memberikan suatu pengalaman.

Sebagai salah satu usaha jenis *coffee shop* adalah Coffee Break Cafe. Warung kopi yang memiliki banyak cabang di beberapa provinsi di Indonesia seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Jogjakarta, Jawa Timur, Bali, Banten, Bengkulu, Gorontalo, Jambi, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, Kepulauan Bangka Belitung, Kepulauan Riau, Lampung, Maluku, Maluku Utara, Nanggroe Aceh Darussalam, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Papua, Papua Barat, Riau, Sulawesi Barat, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Utara, Sumatera Barat, Sumatera Selatan dan Sumatera Utara, tempat dimana orang-orang minum kopi atau minuman lainnya yang dapat diselingi dengan makanan atau snack ringan.

Coffee Break Cafe memiliki persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan dalam jenis usaha *coffee shop*, berbagai upaya dilakukan untuk memanjakan konsumen, memberikan konsumen pelayanan yang baik sesuai dengan ekspektasi mereka, dan memberikan konsumen pengalaman yang tak

biasa ketika mereka menikmati makanan dan minuman di Coffe Break Cafe Kota Padang

Namun ditengah berkembangnya *coffee shop*, ini merupakan suatu tantangan dan ancaman bagi Coffe Break Cafe sendiri. Tantangan untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen yang loyal dan ancaman jika konsumen mereka lebih memilih produk dan/ jasa perusahaan lain. Loyalitas konsumen sangat penting artinya bagi perusahaan yang ingin menjaga kelangsungan hidup usahanya maupun keberhasilan usahanya.

Coffee Break Cafe adalah warung kopi yang identik minumannya untuk para lelaki tapi pada observasi pengamatan ternyata banyak wanita yang lebih cenderung menghabiskan waktu mereka di Coffee Break Café Kota Padang, mulai dari pelajar, mahasiswa, Pedagang/pembisnis bahkan ibu rumah tangga pun mendatangi Coffee Break Café, tidak hanya untuk bersantai sambil menikmati makanan dan minuman yang ada di Coffee Break Cafe, tetapi telah menjadi tempat bagi mereka untuk membuat acara khusus seperti arisan, reunian, rapat, ulang tahun serta menghabiskan waktu bersama teman dan keluarga.

Coffee Break Cafe juga menawarkan menu makanan dan minuman yang memiliki harga standar senilai Rp. 11.000 – Rp. 35.000 untuk konsumennya, khususnya untuk konsumen wanita, dimana wanita lebih ketat menjaga keuangannya dan disertai dengan nilai tambah berupa pelayanan dan fasilitas akses langsung di internet dengan menggunakan hotspot. Sofa yang empuk, pencahayaan yang baik, ruangan yang bernuansa klasik, *wallpaper* yang unik membuat mereka tidak hanya dipuaskan oleh produk yang mereka konsumsi,

tetapi dari pengalaman yang mereka dapatkan dari awal mereka menjejak kaki hingga mereka pulang.

Penelitian ini memaparkan fenomena bermunculannya *coffee shop* di Kota Padang, sehingga keadaan menimbulkan persaingan yang begitu ketat. Coffee Break Café merupakan salah satu *coffee shop* yang sampai sekarang mampu mempertahankan eksistensinya. Salah satu strategi yang dilakukan oleh Coffee Break Cafe yaitu melakukan aktifitas pengenalan merek dengan menggunakan bantuan berbagai media cetak dan media internet serta melakukan aktifitas promosi *public relation* berupa *sponsorship* pada acara dan seminar, dimana hal tersebut berpengaruh besar untuk bisa mendapatkan konsumen yang banyak sekaligus konsumen yang loyal terhadap Coffee Break Cafe di Kota Padang, khususnya pada konsumen wanita. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh periklanan dan gaya hidup pada keputusan pembelian konsumen wanita.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Periklanan dan Gaya Hidup Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Wanita di Coffee Break Cafe Kota Padang)”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian konsumen wanita pada Coffee Break Cafe di Kota Padang?

2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen wanita pada Coffee Break Cafe di Kota Padang?

### **1.2 Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan permasalahan yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh periklanan pada keputusan pembelian konsumen wanita Coffee Break Cafe di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup pada keputusan pembelian konsumen wanita Coffee Break Cafe di Kota Padang.

### **1.3 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi akademik  
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis dimana hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan sumber masukan dalam melakukan penelitian bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh periklanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi perusahaan  
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan selanjutnya.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mengemukakan hasil penelitian, maka dirumuskan sistematika penulisan sebagai berikut :

**BAB I** Merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

**BAB II** Merupakan landasan teori yang membahas teori yang relevan dengan penelitian yang akan diadakan.

**BAB III** Merupakan metode penelitian yang berisi tentang pembahasan desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, defenisi operasional variabel, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

**BAB IV** Merupakan pembahasan yang meliputi karakteristik responden, deskripsi jawaban responden, hasil analisis data serta pembahasan.

**BAB V** Merupakan penutup yang meliputi kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian dan saran.