PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE *BREAK TIME*

SKRIPSI

CHINTA MUNTIYARARANI
NIRM: 1410099612380

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG
2021

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan seiringnya waktu bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat, salah satunya bisnis yang menjanjikan dan banyak diminati konsumen adalah bisnis dibidang makanan atau kuliner seperti café atau kedai kopi. Saat ini cafe atau kedai kopi menjadi salah satu tempat untuk berkumpul baik untuk kepentingan keluarga, bisnis, perteman dan lainnya. Cafe juga banyak memberikan manfaat bagi para pengunjung yang datang diantaranya sebagai tempat untuk kejenuhan dan kelelahaan yang dialami konsumen, cafe juga bisa dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas, bertemu teman, menemukan teman dan menjadi salah satu sarana bersosialisasi.

Perkembangan cafe di Tanjungpinang saat ini semakin meningkat, hal ini ditandai dengan banyaknya kedai kopi atau cafe di Tanjungpinang seperti Lekk Cafe, Daf Cafe, Cafe Bola dan lainnya. Sebagai pelaku usaha dituntut untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen baik itu dalam kualitas pelayanan, fasilitas dan makanan. Banyaknya cafe yang bersifat sejenis bermunculan menyebabkan persaingan yang semakin ketat dan mengakibatkan para pelaku usaha harus memenangkan persaingan, maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian pelaku usaha harus mampu serta cepat tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikan dapat berkembang dengan baik dan mempertahankan pasar dengan memenangkan persaingan. Dan dengan adanya

persaingan yang sangat ketat antara pelaku usaha untuk merebut kepercayaan konsumen yang lebih besar, maka pelaku usaha harus menarik dan mendapatkan konsumen yang banyak untuk meningkatkan laba sehingga menjadi terdepan antara pelaku usaha sejenisnya.

Dan dalam memenangkan persaingan pelaku usaha juga harus mampu memahami kebutuhan, keinginan konsumen dan memiliki kreativitas dalam menciptakan rasa produk makanan dan minuman yang dijual atau yang ditawarkan dan memahami bagaimana konsumen dalam memutuskan pembelian. Dengan memahami perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan, maka pelaku usaha akan dapat mempengaruhinya, sehingga konsumen tersebut nantinya akan menggunkan produk atau jasa mereka kembali.

Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Menurut Kotrel & Amstrong (2014) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) keputusan pembelian adalah cara konsumen memutuskan apa yang harus dibeli sesuai dengan nilai signifikasi dan pembelian tersebut. Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, banyak faktor yang yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya adalah kualitas pelayanan. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu Dinda Andriani (2020)

Untuk menarik konsumen, pelaku usaha juga harus memperhatikan kualitas pelayanan karyawan. Kualitas pelayanan merupakan profit strategi untuk menarik lebih banyak konusmen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari

berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Pelaku usaha yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasaan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan pendoman dasar pemasaran jasa. Menurut Tjiptono (2014) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Sedangkan menurut Parasuraman, Zethamal dan Berry dalam Lupiyoadi (2013) kualitas pelayanan merupakan salah satu keharusan yang dimiliki sebuah perusahaan untuk dapat bertahan dalam mendapatkan kepercayaan konsumen. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas pelayanan yang lebih dekat untuk kepuasaan konsumen akan memberikan harapan yang lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan, maka secara tidak langsung kepuasaan akan terwujud. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi faktor kunci yang berpengaruh bagi keberhasilan sebuah usaha karena dapat menciptakan kepuasaan dan keputusan konsumen. Kepuasaan yang dirasakan konsumen dapat mendorong konsumen untuk kembali sehingga menimbulkan hal positif bagi pihak pelaku usaha. Dan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan terbaik, maka konsumen akan merasa puas dan citra usaha tersebut akan baik dimata konsumen.

Selain kuatitas pelayanan, pelaku usaha juga harus memperhatikan fasilitas. Menurut Fandi Tjiptono (2014) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus

ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Sedangkan menurut Zakiah Daradjat (2012) fasilitas adalah segala sesuatu yang mempermudahkan upaya dalam memperlancarkan kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Fasilitas merupakan suatu hal penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang harus ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior serta kebersihan harus perhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Hal lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah selain kualitas pelayanan dan fasilitas, ada lokasi. Dan lokasi selalu menjadi pertimbangan bagi keputusan konsumen. Menurut Rusdiana (2014) Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis, sehingga dapat memaksimumkan laba. Menurut Lupiyoadi (2012) lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan terkait dengan dimana kegiatan dan stafnya akan ditempatkan. Lokasi menjadi salah satu poin penting dalam menjalankan usaha. Pemilihan tata letak atau lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor seperti akses, lalu lintas, dan lainnya. Lokasi yang nyaman, aman, bersih, ramai, dan mudah dijangkau merupakan kriteria lokasi yang diminati banyak konsumen. Faktor lokasi mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan pembelian. Dalam usaha bisnis hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen harus mendapat perhatian khusus agar usaha dapat terus bertahan dalam pasar yang telah ditentukan, tak terkecuali usaha bisnis café.

Cafe *Break Time* merupakan salah satu café yang berada di Tanjungpinang café *Break Time* berlokasi di Jalan R.H Fisabilillah Km 8 sebelah Sari Mart depan bengkel Bintan Mobil, Tanjungpinang. Cafe ini berdiri sejak Agustus 2018 awal

mulanya cafe *Break Time* bernuansa ruko. Pada awal tahun 2021 café *Break Time* pindah 2 ruko dari ruko sebelumnya, kini cafe *Break Time* memberikan suasana baru yaitu berupa *outdoor* dengan pencahayaan lampu yang menarik. Dan yang membedakan café *Break Time* dengan café yang lain yaitu selain menyediakan aneka jenis minuman, café ini juga banyak menyediakan aneka menu makanan, mulai makanan berat hingga makanan ringan atau cemilan yang bisa dinikmati saat bersantai. Cafe ini juga memberikan hiburan dan kenyamanan bagi para pengunjung seperti, hiburan live musik sebagai tambahan untuk para pengunjung yang datang sehingga membuat para pengunjung lebih santai.

Dengan pengamatan dan survei yang dilakukan, terdapat beberapa fenomena yang terjadi di cafe *Break Time*. Dimana cafe *Break Time* masih belum memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, seperti pelayanan yang kurang ramah dan kurangnya tanggap atau respon dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal ini di buktikan dengan hasil observasi yang dilakukan.

Fasilitas yang diberikan kurang menarik, seperti kurangnya spot foto, wifi, toilet dan lahan parkir.

Gambar 1.1
Café *Break Time*





Sumber: Bangunan Café *Break Time* (2021)

Cafe *Break Time* juga berada dilokasi yang kurang strategis, seperti berada pada dataran tinggi tepat di pinggir jalan dan padat lalu lintas yang membuat pelanggan kesulitan untuk mencari dan mengalokasikan kendaraan yang ingin pengunjung parkirkan dan mengalami kesulitan pada saat melintasi jalan raya yang padat lalu lintas.

Gambar 1.2
Lalu lintas Café *Break Time*



Sumber: Lalulintas Café *Break Time* (2021)

Berdasarkan survei awal yang dilakukan dilakukan peneliti, berikut ini adalah data pengunjung pada café *Break Time* selama satu tahun dari bulan November 2020 sampai Oktober 2021.

Tabel 1.1

Jumlah Kunjungan Konsumen

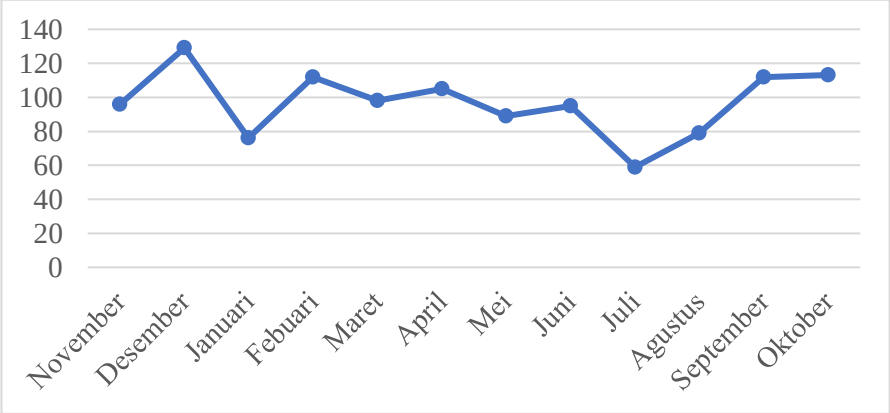
No	Bulan	Jumlah
1	November	96
2	Desember	129
3	Januari	76
4	Februari	112
5	Maret	98
6	April	105
7	Mei	89

8	Juni	95
9	Juli	59
10	Agustus	79
11	September	112
12	Oktober	113
	Total	**1163**

Sumber:*Café Break Time Tanjunngpinang (2020-2021)*

Gambar 1. 3

Jumlah Kunjungan Konsumen



Sumber:*Café Break Time Tanjunngpinang (2020-2021)*

Berdasarkan table dan grafik tersebut, diketahui bahwa kunjungan konsumen pada Café *Break Time* terbanyak pada bulan desember yaitu 129 konsumen. Dan selama berberapa bulan Café *Break Time* mengalami perubahan naik dan turun yang drastis.Pemilihan kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi yang sesuai dengan keinginan konsumen diperkirakan mampu memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Cafe *Break Time*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang dibahas tersebut, maka terdapat beberapa perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada cafe *Break Time*?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada cafe *Break Time*?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada cafe *Break Time*?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada cafe *Break Time*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada cafe *Break Time*.
2. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada cafe *Break Time*.

3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada cafe *Break Time*.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada cafe *Break Time*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Ilmiah

Bagi penulis penelitian ini bertujuan untuk mempraktekkan teori-teori yang diperoleh selama menempuh perkuliahan, sehingga penulis dapat menambah pengetahun tentang masalah-masalah yang dihadapi perusahaan.

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Cafe *Break Time*

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan keputusan konsumen melalui kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi.

2. Bagi Mahasiswa

   Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan dan tambahan bagi ilmu pengetahuan mahasiswa tentang pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

3. Bagi Akademik

   Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sumber referensi, bahan penelitian, dan masukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan konsumen.

1.5 Sistematik Penulisan

Adapun beberapa sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematik penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari metode penelitian, jenis data pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional, pengolahan, dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas penyajian data dan hasil dari penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe *Break Time*.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bab penutup dari penulisan skripsi yang berisi kesimpulan dari penelitian dan saran.