

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi masa kini tidak sebanding dengan pertumbuhan penduduk, ini merupakan permasalahan yang sering dihadapi oleh masyarakat. Persaingan di dunia bisnis menuntut setiap pengusaha agar mampu bersaing, adanya persaingan yang sangat ketat maka para pengusaha dituntut agar dapat menentukan strategi yang tepat dalam berkompetisi yaitu melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen yang sangat beragam. Ada berbagai macam bisnis yang dapat menjadikan peluang usaha, salah satunya bisnis cafe and resto. Saat ini sudah banyak produsen cafe and resto yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini mengakibatkan pengusaha cafe and resto harus selalu berupaya untuk bisa memahami kebutuhan, keinginan dan juga target pasar. Pengusaha juga harus berupaya agar mendapatkan perhatian serta ketertarikan dari konsumen, karena banyak perusahaan yang memiliki produk serupa. Maka dari itu setiap pengusaha yang memiliki produk serupa harus memikirkan bagaimana caranya untuk memenangkan pasar, agar minat beli konsumen melonjak tinggi atau banyak. Di antaranya beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan dalam mempengaruhi banyak sedikitnya minat beli konsumen yaitu harga dan lokasi.

Meningkatnya perekonomian di Indonesia diikuti dengan peningkatan penghasilan masyarakat terutama di kota-kota besar. Penyediaan tempat cafe and resto yang tersebar merata di Indonesia mendorong kebiasaan masyarakat untuk

memilih tempat untuk makan dan berkumpul. Dari survei yang dilakukan usaha cafe and resto berskala menengah dan besar yang memiliki rata-rata pengunjung sebanyak 227 orang perhari. Di kabupaten Jawa Timur pada tahun 2013-2016 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan yang signifikan terjadi pada tahun 2015 yang mencapai 71,7 % terdapat 1.224 cafe and resto yang tercatat dalam Badan Pusat Statistik (PBS) Jawa Timur dalam kurun waktu satu tahun. Peningkatan itu tidak lepas dari semakin tingginya tingkat mobilitas masyarakat di Jawa Timur, sehingga mendorong pengusaha untuk berlomba-lomba mendirikan usaha cafe and resto dengan konsep yang lebih baik. Cafe Laperpool Kecamatan Candipuro Kabupaten Lumajang saat ini mengalami peningkatan setiap harinya,tercatat terhitung 15-20 pengunjung perhari.

Menurut Kotler dan Keller; Suradi (2012) arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih,menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Swastha dan Irawan; Suradi (2012) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi,bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli,ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat.

Harjanto (2009:26) mendefinisikan harga adalah kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. Harga dapat juga diartikan dengan sesuatu yang harus di keluarkan pembeli untuk menerima produk. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang

memberikan pendapatan bagi organisasi. Secara sederhana harga dapat diartikan sebagai jumlah (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu untuk mendapatkan suatu produk (Tjiptono,et,al 2012:231). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga menurut Basu Swastha dan Irawan (2005:242) adalah keadaan perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan ,persaingan, biaya,dan tujuan manajer.

Menurut Kotler (2007) lokasi adalah suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa didalam pemilihan lokasi diperlukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat meliputi kemudahan (akses) atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum,(vasibilitas) yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas. Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing penting dalam usaha menarik pelanggan.

Harga menjadi sebuah kriteria konsumen tentang perbandingan besarnya dedikasi dengan apa yang akan dimiliki dari produk dan jasa. Persepsi harga sering disamakan dengan persepsi kualitas dan persepsi biaya yang diberikan guna memperoleh produk. Minat beli yaitu hasrat,keinginan hati yang meluap terhadap sesuatu hal. Disini konsumen dapat menikmati fasilitas yang ditawarkan dengan harga yang dikeluarkan. Dengan cafe Leperpool ini melakukan berbagai cara untuk menarik minat beli konsumen diantaranya memberikan diskon,promo harga dan *delivery order* gratis ongkir. Semakin menarik pemberian harga makan akan

semakin meningkat minat beli konsumen. Tempat yang berhubungan melalui jalan mengenai lokasi dan kejangkauan. Lokasi yang bagus akan memperlancar konsumen untuk berkunjung ke cafe Laperpool, tempat strategis menjadikan konsumen lebih muda menjangkaunya. Menuju ke cafe Laperpool ini sudah termasuk lokasi yang strategis karena berada disebelah jalan raya.

Penelitian terdahulu Arief Adi Satria (2017) dalam penelitiannya “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36”. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga mempunyai pengaruh positif atau signifikan terhadap minat beli, dimana minat beli yang tinggi dapat di bentuk oleh adanya harga yang di tawarkan oleh penyedia jasa atau produk. Berdasarkan dengan temuan penelitian yang telah dilakukan oleh Mirabi et.al (2015) yang melakukan penelitian kepada konsumen produk genteng Merek Bono menemukan bahwa price berpengaruh tidak signifikan terhadap minat pembelian. Penelitian oleh Abdul Latief (2018) dengan judul “ Analisis Pengaruh Produk Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa) membuktikan bahwa produk, harga, lokasi dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada warung jahe. Hermawan dan Nanda Juwita (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Harga, Lokasi, dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli di Pasar Induk Wonosobo” berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di pasar induk Wonosobo.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan yang dilakukan peneliti sekarang adalah membuktikan apakah harga dan lokasi dapat berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap minat beli konsumen pada cafe laperpool, karena dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang dijelaskan diatas menunjukkan keterkaitan diantara variabel yang dimaksud untuk diteliti dan terdapat perbedaan pendapat dari hasil penelitian masing-masing peneliti tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang “Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Usia Muda (Milenial) di Cafe Laperpool Candipuro Kabupaten Lumajang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti menarik kesimpulan dalam rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro Kabupaten Lumajang?
- b. Apakah terdapat pengaruh lokasi secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro Kabupaten Lumajang?
- c. Apakah terdapat pengaruh harga dan lokasi secara signifikan dan simultan terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro Kabupaten Lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan oleh penulis, maka penulis mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro.
- b. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi secara signifikan dan simultan terhadap minat beli konsumen di Cafe Laperpool Candipuro.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, dan tujuan penelitian di atas yang telah diuraikan, maka penulis mempunyai beberapa kegunaan dalam penelitian ini yang sebagai berikut:

- a. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan tambahan informasi kepada konsumen dalam proses pembelian menu makanan dan minuman.

- b. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dalam mencapai gelar Sarjana S1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang, selain itu juga diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya tentang harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan referensi untuk melakukan penelitian yang sejenis atau bidang yang sama di masa yang akan datang.