

BAB I

PENDAHULUAN

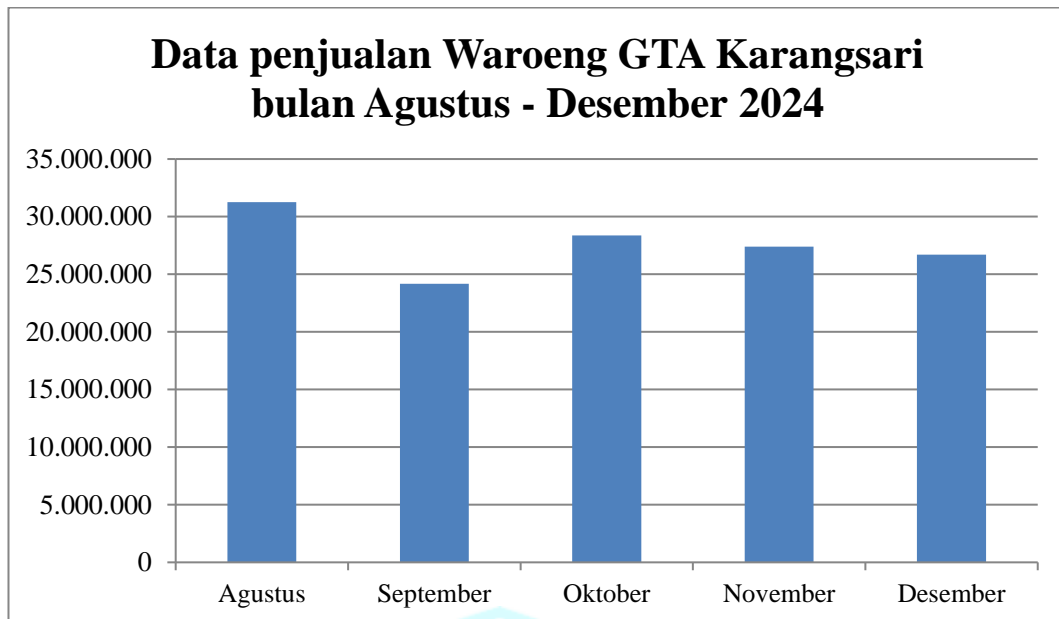
1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini persaingan dunia usaha semakin pesat sehingga menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat. Dengan persaingan ketat, para pebisnis saat ini dituntut untuk dapat mengambil langkah yang tepat agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dan dapat beradaptasi dengan perkembangan serta persaingan pasar pada saat ini. Keberhasilan sebuah perusahaan mencapai kinerja optimal secara terus menerus ditentukan oleh seberapa besar perusahaan mampu untuk berinovasi agar dapat terus bertahan dan berkompetisi dalam dunia bisnis. Salah satu sektor bisnis yang paling dilirik oleh para pebisnis saat ini adalah usaha dalam bidang makanan dan minuman. Para pebisnis beranggapan bisnis di bidang tersebut memiliki peluang yang besar.

Perkembangan sentra bisnis di Indonesia sangat pesat, pebisnis cenderung diharuskan untuk bekerja cepat dan bergerak sigap untuk meningkatkan kinerja perusahaan,. Usaha di bidang makanan dan minuman, baik yang berukuran kecil seperti kios maupun yang lebih besar seperti waroeng GTA ini, selalu dituntut untuk berinovasi agar dapat berkembang dan mempertahankan pelanggannya. Hal ini dikarenakan pelanggan masa kini semakin selektif dan cerdas dalam memilih barang dan jasa yang ingin mereka beli. Dengan meningkatnya tuntutan tersebut, perusahaan semakin dihadapkan pada tantangan untuk bersaing dan menjaga konsumennya. Fenomena ini sangat dirasakan oleh masyarakat kelas menengah.

Di atas itu, kegiatan minum-minum dan bersantai biasanya berlangsung di tempat seperti kafe ataupun kedai. Masyarakat dari kalangan menengah menikmati waktu mereka di kedai kopi yang menawarkan harga terjangkau. Sementara itu, kedai kopi yang lebih premium, meskipun harganya relatif lebih mahal, menyediakan fasilitas dan kenyamanan yang lebih bagi para konsumen. Berbeda dengan kedai kopi lainnya, ini tidak hanya menawarkan berbagai pilihan minuman, termasuk kopi, tetapi juga menyajikan beragam menu makanan dan camilan. Hal ini menjadikan kafe semakin populer dan nyaman sebagai tempat berkumpul, baik untuk kalangan tua maupun muda.

Ada beberapa kafe di Lumajang yang menjadi tempat bersantai bersama teman dan keluarga sambil menikmati pemandangan sekitar kafe. Kopi tidak hanya dinikmati di perkotaan, tapi juga di sekitar persawahan yang memiliki suasana sejuk tersendiri. Waroeng GTA terletak di pinggiran persawahan di Desa Karangsari, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Lumajang. Kafe ini juga memiliki gagasan itu sama dengan kafe lainnya, namun yang membedakan dari kafe ini adalah lantai atas menghadap langsung ke persawahan yang hijau dan sejuk sehingga membuat konsumen tertarik untuk berkunjung dan pelayanan yang diberikan oleh para pebisnis membuat nyaman dan menciptakan kesan tersendiri. karakteristik yang berharga di mata konsumen.



Gambar 1. 1 Grafik Kenaikan Data Penjualan

Sumber: Waroeng GTA Karangsari Lumajang

Banyak warga Lumajang kini lebih memilih bersantai di Waroeng GTA, berkat beragam keunggulan yang ditawarkannya dibandingkan dengan tempat bersantai lain. Dengan harga yang terjangkau dan kompetitif, Waroeng GTA menyediakan berbagai makanan dan minuman, sehingga memudahkan konsumen untuk memenuhi semua kebutuhan mereka. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional turut menjadi faktor penting yang membuat konsumen merasa nyaman dan ingin kembali lagi. Lokasi Waroeng GTA yang strategis, terletak di tengah pemukiman dan dekat akses jalan utama, memudahkan siapa saja untuk mengunjunginya. Selain itu, warung ini secara rutin mengadakan promo, diskon dan event yang menarik bagi konsumen. Kepercayaan masyarakat terus berkembang seiring dengan reputasi warung yang dikenal jujur, selalu menjaga kualitas produk, dan mendukung usaha lokal dengan menjual makanan dari

pelaku UMKM setempat. Semua elemen ini menjadikan Waroeng GTA sebagai salah satu tempat belanja favorit bagi masyarakat Karangsari Lumajang.

Menurut (Kotler & Keller, 2016) menekankan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap harga serta harga aktual saat transaksi, bukan oleh harga yang ditetapkan oleh pemasar. Proses pembelian ini melibatkan serangkaian langkah yang dilalui konsumen sebelum akhirnya mereka memutuskan untuk membeli produk. Dari sudut pandang yang berbeda, (Tjiptono, 2015) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian merupakan elemen penting dalam perilaku konsumen. Hal ini mencakup aktivitas langsung dalam memilih dan memperoleh produk atau layanan, serta proses pengambilan keputusan yang berlangsung sebelum dan setelah tindakan tersebut.

Menurut (Tjiptono, 2016) Keputusan pembelian adalah tahap penting di mana konsumen menentukan untuk membeli dan menggunakan suatu barang demi memenuhi kebutuhannya. Pada proses ini, konsumen harus menilai berbagai produk yang tersedia sebelum membuat keputusan akhir. Di sisi lain, (Kotler et al., 2018) menekankan dua elemen penting yang memiliki peranan krusial dalam mempengaruhi niat dan keputusan pembelian seseorang. Elemen pertama adalah sikap atau pandangan dari individu lain, sedangkan elemen kedua adalah keberadaan situasi tak terduga. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti, *customer experience*, gaya hidup dan kualitas pelayanan.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *customer experience*. Pengalaman pelanggan memiliki peranan yang sangat penting dalam memengaruhi konsumen. Menurut Azhari dalam Sari & Kapuy, (2021)

pengalaman pelanggan adalah perasaan atau informasi yang diterima oleh pelanggan dan secara otomatis tersimpan dalam ingatannya. Oleh karena itu, pengalaman pelanggan harus menjadi fokus perhatian perusahaan untuk memastikan kepuasan konsumen, sehingga mereka dapat unggul di antara pesaing. *Customer Experience* merupakan suatu pengalaman yang bersifat pribadi, dihasilkan dari berbagai rangsangan, baik yang berasal dari pemasar sebelum maupun setelah proses pembelian barang dan jasa. Pengalaman pelanggan yang positif dan memuaskan tentu akan memengaruhi keputusan pembelian mereka, serta meningkatkan keinginan konsumen untuk kembali bertransaksi.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu gaya hidup. Sumarwan (2015:173) dalam Afiana et al., (2022) mengatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi. Gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana dia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktunya dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup mempunyai arti yang berbeda dengan kepribadian. Gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian karena mencerminkan nilai dan minat seseorang. Orang cenderung membeli produk yang selaras dengan identitas dan kebutuhan mereka, sehingga pembelian sering kali mencerminkan gaya hidup, status, dan aspirasi mereka.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan. Menurut Kualitas Pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen

terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Akibatnya, Kualitas pelayanan dapat diuraikan sebagai pekerjaan untuk mengatasi masalah dan keinginan. menjelaskan kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat keunggulan yang diharapkan, yang mana dengan mengendalikan tingkat keunggulan tersebut, maka diharapkan dapat memenuhi keinginan pelanggan dan konsumen. Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sekaligus ketepatan pemberian layanan untuk menyeimbangkan layanan yang diharapkan konsumen.

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta memastikan bahwa layanan tersebut disampaikan dengan baik agar sesuai dengan harapan mereka. Dengan memberikan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat merasa dihargai dan diakui hak-haknya. Jika tidak, hal ini dapat menyebabkan pelanggan beralih ke tempat lain. Kualitas erat kaitannya dengan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan dalam menyampaikan layanan yang sesuai dengan harapan mereka. Dengan memberikan pelayanan yang sangat baik, pelanggan akan merasa dihargai dan tidak diabaikan hak-haknya. Hal ini sangat penting, karena jika tidak, pelanggan mungkin akan berpindah ke perusahaan lain.

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini yaitu seperti yang dilakukan oleh (Rokima, F., Basalamah, M, R., & Arsyianto, M, 2023) berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, *Word of Mouth* dan *Customer Experience* terhadap keputusan pembelian Varian Chatime di Malang (Studi Kasus Pada

Pelajar/Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Malang), dengan hasil penelitiannya yaitu dapat disimpulkan bahwa *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Pelajar/Mahasiswa manajemen universitas islam malang). Namun tidak semua penelitian menyatakan bahwa *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Aprilianti et al., 2024) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Experience* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Konveksi di Modes Riana Kecamatan Gunung Sari” dengan hasil penelitiannya yaitu dapat disimpulkan bahwa *customer experience* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada jasa konveksi di Modes Riana Kecamatan Gunung Sari.

Penelitian dari (Afiana et al., 2022) yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Bro and Sis Cafe Kota Bengkulu” yang menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bro and Sis Cafe Kota Bengkulu. Hasil yang sama ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Rendika Putri Kartika Sari, 2019) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup dan lokasi terhadap keputusan pembelian Cafe Tiga Tjeret di Surakarta” juga menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Tiga Tjeret di Surakarta. Namun tidak semua penelitian menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dalam penelitian yang dilakukan

oleh (Anam et al., 2022) berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian pada Eiger Mojokerto) dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Eiger Mojokerto.

Penelitian lain dari (D. E. Sari et al., 2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ramy Parfum *Refill* di Kota Lumajang”. Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ramy parfum *Refill* di Kota Lumajang. Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Djafar et al., 2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen pada Produk Kadoz di UD. Brave Desa Hiliorodua Kecamatan Lahusa”. Juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Kadoz di UD. Brave Desa Hiliorodua Kecamatan Lahusa. Namun tidak semua penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Tania et al., 2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Butik Fayya Galery Pulo Kabupaten Lumajang”. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Butik Fayya Galery Pulo Kabupaten Lumajang.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, peneliti akan melakukan penelitian untuk menguji konsistensi variabel independen terhadap

variabel dependen yaitu *Customer Experience*, **Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang Lumajang.**

1.2 Batasan Penelitian

Mengingat permasalahan-permasalahan yang ada cukup luas, maka diperlukan batasan terkait permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini. Batasan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada bidang manajemen pemasaran
2. Variabel yang diteliti yaitu *customer experience*, gaya hidup dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.
3. Responden penelitian adalah pelanggan yang membeli produk di Waroeng GTA Karangsari Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah ada, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah *customer experience* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Waroeng GTA Karangsari Lumajang?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Waroeng GTA Karangsari Lumajang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang Waroeng GTA Karangsari Lumajang?

4. Apakah *customer experience*, gaya hidup dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Waroeng GTA Karangsari Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *customer experince* pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Waroeng GTA Karangsari Lumajang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di Waroeng GTA Karangsari Lumajang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Waroeng GTA Karangsari Lumajang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer experience*, gaya hidup dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Waroeng GTA Karangsari Lumajang

1.5 Manfaat Penelitian

Mendasarkan pada tujuan penelitian, maka diharapkan penelitian ini meberikan manfaat, baik dalam hal teoritis maupun praktis serta memberikan manfaat kepada peneliti-peneliti selanjutnya.

a. Manfaat teoritis

Memberikan masukan dan pertimbangan bagi pemilik dalam menentukan harga barang yang dijual dan sebagai sarana untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilakukan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan

yang dilakukan oleh para karyawan di Waroeng GTA Karangsari Lumajang agar mendapat kepercayaan dan kepuasan bagi konsumen

b. Manfaat praktis

1) Bagi Peneliti

Untuk memperdalam pengetahuan sekaligus menambah wawasan dibidang manajemen pemasaran khususnya pada keputusan pembelian. Dan untuk pembelajaran nantinya apabila ingin membuka usaha agar mampu mengetahui keinginan dari para konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sehingga diharapkan mampu menghadapi persaingan dan keberlanjutan usaha.

2) Bagi Pengusaha atau pemilik Waroeng GTA Karangsari Lumajang

Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dan bahan acuan tentang bagaimana faktor-faktor tertentu dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Dengan adanya penelitian ini pemilik dapat mengetahui pengaruh dari *customer experience*, gaya hidup, dan kualitas pelayanan yang diberikan selama ini.

3) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya mengenai *customer experince*, gaya hidup, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.