

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan tempat santai eksklusif cukup menjamur di kota-kota besar, mendorong perubahan pola gaya hidup bagi kaum *urban* di kota-kota besar, salah satunya adalah gaya hidup untuk menikmati makanan dan minuman di kafe atau di restoran. Di Malang, pertumbuhan restoran dan kafe berkembang sangat cepat, mulai dari restoran yang menyajikan makanan lokal, internasional, ataupun kafe yang menyediakan produk-produk minuman kopi, teh dengan aneka cita rasa.

Kondisi tersebut mengakibatkan para pengusaha industri makanan beramai-ramai berkompetisi untuk membuat keunikan tersendiri, baik keunikan dalam bidang produk, suasana, harga yang ditawarkan, lokasi yang strategis. Salah satu contoh lokasi yang dimaksud adalah Malang Twon Square yang merupakan plasa dengan jumlah pengunjung yang besar, karena merupakan plasa yang beroperasi di daerah padat penduduk, sehingga merupakan lokasi yang strategis. Didalamnya terdapat beberapa kafe lokal maupun jaringan kafe internasional yang membuka gerainya di Malang Twon Square (tabel 1.1).

Kafe-kafe eksklusif tersebut selain menawarkan produk yang bermutu, juga menawarkan suasana yang dikemas sedemikian rupa, disertai kualitas layanan yang baik agar selalu menjadi pilihan konsumen. Agar kafe-kafe tersebut tetap dikunjungi oleh pelanggannya di tengah ketatnya persaingan usaha kafe, kafe-kafe tersebut harus mempunyai keunggulan lain selain produknya, seperti lingkungan sosial, karena konsumen tidak hidup sendiri, konsumen berinteraksi dengan keluarganya, saudara-saudara, teman-temannya dan orang-orang disekelilingnya. Konsumen hidup bersama dengan orang lain. Konsumen adalah makhluk sosial, yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan mempengaruhi lingkungan lainnya. Lingkungan konsumen memiliki dimensi yang luas, karena itu sangatlah sulit untuk mengidentifikasi faktor lingkungan mana yang paling dominan dalam mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen. lebih mudah untuk melihat pengaruh lingkungan dalam konteks suatu situasi bagi konsumen (Sumarwan, 2003:271).

Keputusan pembelian oleh konsumen merupakan harapan dari suatu penyedia barang dan jasa agar pendapatan yang diperoleh lebih banyak lagi. Menurut Kotler (2000:91) proses keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa tahap adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian

dan perilaku pasca pembelian. Engel, Blackwell, Miniard (1994:234) mengatakan bahwa pengaruh situasi (*situasional influence*) adalah pengaruh yang muncul dari faktor-faktor yang sangat terkait dengan waktu dan tempat. Ada lima karakteristik situasi: lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, tujuan dan suasana hati.

Tabel 1.1 Restoran dan Kafe Yang Beroperasi di Malang Twon Square.

No	Kafe dan Restoran
1	Pizza hut
2	Mc.Donalds
3	Jungle juice
4	Gang jangkrik
5	Fiber O juice
6	Waroengku
7	Nasi goreng 69
8	Dreams café
9	The terrace
10	Erlion Singapore
11	Bakmi gili
12	CFC
13	Ria rice Hause
14	Baunty resto
15	Japanese bento
16	Mister baso
17	Café teras

Sumber : Pengamatan penulis (2009, bulan April)

Lingkungan fisik sebuah kafe dapat berupa desain interior, dekorasi, pemilihan warna, maupun suhu sebagai faktor pendukung kenyamanan dapat menciptakan suatu suasana yang nyaman, bagi pengunjung kafe. Jika keunggulan tersebut dapat ditonjolkan oleh kafe-kafe tersebut sebagai salah satu nilai jualnya maka konsumen pun tidak akan segan-segan untuk membeli produknya, karena pada umumnya alasan konsumen yang berkunjung ke kafe bukan hanya sekedar menikmati produk yang ditawarkan oleh kafe tersebut, melainkan untuk bersantai maupun melepaskan ketegangan setelah pulang bekerja atau sekedar beristirahat setelah berjalan-jalan di plasa.

The Terrace merupakan salah satu kafe yang dengan merek terkenal di Malang, yang berlokasi di lokasi strategis, Malang Twon Square berdekatan dengan Universitas

Brawijaya dan Universitas Negeri Malang. *The Terrace* memberikan suatu sentuhan suasana yang berbeda dengan kafe-kafe sejenis, dengan suasana dan dekorasi yang menarik, sehingga tujuan kunjungan konsumen *The Terrace* bukan hanya karena ingin menikmati kualitas dari produknya saja, akan tetapi juga menikmati suasana yang di tampilkan, pada umumnya pengunjung yang datang ke tempat ini antara satu sampai dua setengah jam (hasil pengamatan awal penulis, bulan Januari–April 2009). Faktor-faktor lingkungan fisik yang nyaman dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen menjadi salah satu tinjauan utama konsumen memutuskan membeli suasana melalui pembelian produk di *The terrace*, Malang Twon Square. Untuk lebih mengetahui pengaruh lingkungan fisik *The Terrace*, Malang Twon Square terhadap keputusan pembelian konsumennya, maka pembahasan difokuskan pada lingkungan fisik *The Terrace*, Malang Twon Square yang meliputi : desain interior, dekorasi, pemilihan warna, dan suhu.

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah maka dapat dirumuskan :

1. Apakah lingkungan fisik yang meliputi : desain interior, dekorasi, warna dan suhu berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *The Terrace* di Malang?
2. Variabel apakah yang dominan terhadap keputusan membeli pada *The Terrace* di Malang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik yang meliputi: desain interior, dekorasi, warna dan suhu terhadap keputusan pembelian di *The Terrace* di Malang.
2. Untuk mengetahui variabel apakah yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan membeli pada *The Terrace* di Malang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini bagi pihak adalah:

1. Bagi *The Terrace* :
 - a. Dapat lebih jauh mengetahui tentang pengaruh lingkungan fisik, dinilai dari sudut pandang pelanggannya, sehingga dapat digunakan untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menikmati suasana di *The Terrace*.
 - b. Memberikan sumbangan pemikiran dalam penyusunan strategi bersaing dari segi lingkungan fisik.

2. Bagi penulis :
 - a. Menambah wawasan penulis mengenai pengaruh penerapan lingkungan fisik secara nyata yang dinilai dari: desain interior, dekorasi, warna, dan suhu terhadap keputusan pembelian.
 - b. Mengetahui penerapan lingkungan fisik yang digunakan oleh *The Terrace* untuk menarik pelanggan.
3. Bagi pembaca :

Sebagai masukan dan perbandingan untuk penelitian berikutnya dengan topik yang serupa.

E. Sistematika pembahasan.

Didalam pembahasan masalah ini, disusun secara sederhana namun tidak meninggalkan prinsip-prinsip penyusunan karya ilmiah secara sistematis sehingga dapat memberi gambaran yang jelas dan memudahkan pembahasan yang tidak menimbulkan masalah baru bagi pihak yang ingin mengetahuinya.

Adapun sistematika ini adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini terdiri dari beberapa hal antara lain : Latar Belakang Masalah, Tujuan dan Manfaat, serta Sistematika Pembahasan..

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang ada hubungannya dengan penyusunan skripsi berdasarkan literatur, selain menguraikan landasan teori juga menguraikan hipotesis.

BAB III. METODE PENELITIAN

Didalam bab ini menyajikan jenis penelitian dan sumber data, prosedur dan pengumpulan data, teknik analisis serta pembahasannya berdasarkan data dan teori yang ada.

BAB IV. PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menyajikan gambaran umum subyek dan obyek penelitian, hasil analisis, interpretasi, sehingga penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang memerlukannya.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab yang terakhir yang menyimpulkan hasil pembahasan skripsi, juga dikemukakan saran yang kiranya bermanfaat bagi yang berkepentingan.