

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar belakang**

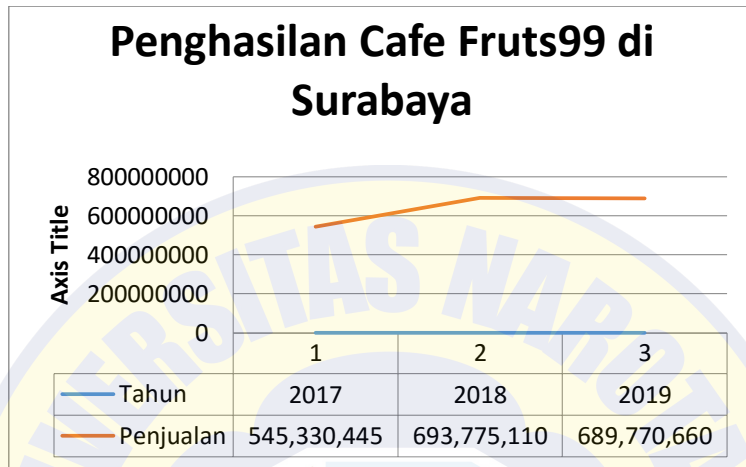
Perkembangan café di Surabaya ini sudah sejak lama namun untuk beberapa tahun terakhir ini, kafe sedang menyorot perhatian masyarakat Surabaya. Tidak sedikit dari kehadiran kafe tersebut telah membawa konsep yang berbeda untuk menarik minat pengunjung. Cafe sudah seperti tempat rutinitas bagi anak muda kalangan Surabaya karena mereka sangat membutuhkan tempat buat nongkrong.

Menjamurnya café di Surabaya ini dikarenakan di kota Surabaya adalah kota Metropolitan no 2 (dua) setelah Ibukota Jakarta. Hal inilah yang menjadi tempat yang subur untuk pertumbuhan café di Surabaya dan juga sebagai sasaran para pembisnis yang ingin mencoba peruntungan di Surabaya karena bisnis ini sangat menjanjikan terlebih masyarakat Surabaya yang lebih mudah tertarik akan hal baru.

Café fruts99 adalah sebuah café yang menjual beraneka makanan dan minuman seperti Snack, Ice Cream, Dessert and Drink yang dibuat bervariasi dan semenarik mungkin untuk menarik pengunjung dan penasaran untuk mencoba menu menu yang ada di café Fruts99 ini. Tidak hanya itu saja suasana toko juga tidak kalah menarik, café Fruts99 medesain ruangan dengan sangat unik dan menarik agar pengunjung sangat menikmati suasana toko dan nyaman saat berada di dalam café tersebut, ada kursi, sofa dan lesehan. Pengunjung dapat memilih dimana mereka ingin menikmati menu mereka saat berada didalam café Fruts99 karena lesehan café tersebut dihiasin seperti berada ditaman dipenuhi rumput buatan dan bersih, ada sofa yang empuk dan meja yang mendukung dan ada pula kursi bila ingin lebih sangat santai. Ruangan ini dibagi dua ada yang buat pengunjung area Smoking dan ruangan No Smoking. Café Fruts99 ini terletak di Jl. Raya Ngagel no 86 Surabaya.

Kehadiran café Fruts99 ini banyak dikunjungi para anak muda yang pas buat nongkrong atau mengerjakan tugas mereka bahkan ada juga berkeluarga mengunjungi café tersebut. Café mulai terkenal karena adanya internet terutama di media social di Instagram karena Instagram sangat terkenal dan dipakai oleh semua kalangan masyarakat baik yang

muda ataupun para Orangtua. Sehingga café ini mempromosikan di media Instagram dengan pengambilan feed yang menarik dan unik, kata kata yang menarik sehingga banyak pengunjung penasaran pada café tersebut.



Gambar 1. 1: Grafik perkembangan Penghasilan Café Fruts99 tahun 2017 s.d 2019  
 Sumber : Penulis, data diolah,2020

Dari data diatas dapat diketahui bahwasannya Café Fruts99 Surabaya mengalami penurunan ditahun 2019. karena adanya informasi dari pengunjung café Fruts99 kurang penataan store atmosfer pada café Fruts99 yang kurangnya pencahayaan di beberapa sudut ruangan dibagian area lesehan sehingga banyak nyamuk yang mengganggu dan membuat pengunjung merasa kurang nyaman, Selain itu, variasi produk juga berperan penting dalam menarik konsumen. Berkembangnya perilaku konsumen yang saat ini menyukai tradisi memotret makanan dan minuman sebelum mencicipinya lalu mengunggah di akun media sosial membuat variasi produk makanan dan minuman saat dihidangkan di depan konsumen menjadi hal yang harus diperhatikan. Menariknya variasi produk dapat membuat konsumen puas secara emosional. tetapi beberapa pengunjung kecewa dengan variasi produk yang ada di café Fruts99 ada beberapa menu yang tidak sesuai dengan menu orderan seperti ayamnya tidak terlalu besar, ukuran menu yang terlalu kecil dan kurangnya bumbu pada menu yang dihidangkan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti tentang Keputusan Pembelian dan Daya Minat Beli ulang dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Bagi konsumen, proses keputusan pembelian merupakan kegiatan penting karena didalam proses tersebut memuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum

konsumen mengambil keputusan. Bila konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kualitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya (Dharmmesta Basu Swastha, 2011;110) Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan. Dalam bisnis Café Fruts99 keputusan pembelian merupakan konsep untuk mengukur prestasi café suatu produk.

Berbagai macam faktor yang harus ditingkatkan guna untuk melakukan Keputusan Pembelian dengan meningkatkan Store Atmosphere yang nyaman akan menjadi nilai tambah yang akan dipertimbangkan untuk pelanggan berniat membeli kembali. Menyadari adanya fenomena persaingan semacam ini menuntut pelaku usaha yang ada di Jawa Timur khususnya di Surabaya terus berinovasi menghadapi persaingan yang ada dengan membangun Store Atmosphere untuk meningkatkan repurchase intention. Store Atmosphere dengan desain interior yang menarik maka akan mengundang pelanggan untuk datang. Penataan store atmosphere di café Fruts99 Surabaya dibuat nyaman mungkin untuk para pelanggan yang sebagian besar menghabiskan waktu yang cukup lama untuk bersantai dan berbincang dengan rekan atau teman – teman mereka. Namun hal ini masih menjadi tantangan untuk pelaku bisnis untuk menciptakan tempat yang benar-benar nyaman. Menurut Kotler, (2013) store atmosphere adalah suasana setiap gerai mempunyai letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar didalamnya. Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh Oky Gunawan Kwan menunjukkan bahwa Store Atmosphere berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Faktor selanjutnya untuk mendapatkan pelanggan agar tidak kalah bersaing dengan kompetitor yang semakin banyak dijumpai adanya Variasi produk, café Fruts99 tidak hanya menyediakan makanan dan minuman saja tetapi ada juga dessert, snack, waffle dan ice juga. Pemilik café membuat cita rasa pada makanan dan gambar semenarik pada buku menu orderan yang membuat pengunjung penasaran dan ingin mencoba memesan yang ada di buku menu orderan sehingga pengunjung dapat menikmati hidangan agar mempertahankan untuk melakukan keputusan pembelian. Variasi produk (Kotler, 2009:72) Variasi produk atau keberagaman produk bukan hal baru dalam dunia pemasaran, dimana strategi ini banyak digunakan oleh praktisi-praktisi pemasaran didalam aktivitas peluncuran produknya. Variasi

produk terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh Tommy Kurniawan Njoto menunjukkan bahwa Variasi Produk berpengaruh Positif terhadap Keputusan Pembelian.

Faktor lain yang menjadi perhatian Pelanggan ialah Media Promosi di Instagram. Karena keputusan Pembelian saat ini dipengaruhi oleh promosi, apalagi di jaman modern ini banyak teknologi yang semakin canggih dengan adanya aplikasi media social seperti Instagram, facebook, twiter dan lain-lainnya tetapi café Fruts99 lebih mengutamakan media promosi di Instagram untuk menyebarkan pesan promosinya karena banyak digunakan berbagai macam kalangan seperti Remaja, Dewasa bahkan Orangtua baik laki-laki maupun perempuan. Dengan instagram pengusaha dapat melakukan komunikasi dua arah dengan konsumen, karena media promosi di Instagram bisa berupa gambar dan video untuk menyampaikan produk yang terbaru. Media promosi (IG) (Djaslim, 2002:123) Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tinakah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut. media promosi terhadap keputusan pembelian Dari penelitian Gita Siswhara , Masharyono, Dian Anggraeny Bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel media promosi terhadap Keputusan Pembelian

Repurchase Intention Menurut Kotler, P., & Keller, (2016:155) bahwa: “Perusahaan selain harus mendapatkan pelanggan sebanyakbanyaknya, perusahaan juga harus dapat mempertahankan kesetiaan pelanggannya agar dapat bertahan dalam bisnis ini. Salah satu upaya mempertahankan pelanggan yang telah ada dengan menarik pelanggannya untuk melakukan pembelian ulang”. Maka dari itu untuk meningkatkan minat beli ulang harus membuat konsumen mengingat kembali perusahaan dengan melakukan promosi. Bahwa adanya hubungan variabel Keputusan Pembelian dan Repurchase Intention Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Keputusan Pembelian signifikan terhadap repurchase intention baik secara parsial maupun simultan

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik dengan fenomena Café Fruts99 surabaya untuk melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH STORE ATMOSPHERE, VARIASI PRODUK, MEDIA PROMOSI MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN REPURCHASE INTENTION** “.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Store Atmosphere berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di fruts99 café Surabaya?
2. Apakah Store Atmosphere berpengaruh signifikan terhadap repurchase intention di fruts99 cafe Surabaya?
3. Apakah variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di fruts99 cafe Surabaya?
4. Apakah variasi produk berpengaruh signifikan terhadap repurchase intention di fruts99 cafe Surabaya?
5. Apakah media promosi( IG) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di fruts99 cafe Surabaya?
6. Apakah media promosi (IG) berpengaruh signifikan terhadap repurchase intention di fruts99 cafe Surabaya?
7. Apakah keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap repurchase intention di Fruts99 café surabaya ?

## 1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, penelitian ini dilakukan dengan bertujuan sebagai berikut :

1. Menganalisa pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian?
2. Menganalisa pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian?
3. Menganalisa pengaruh Media Promosi (IG) terhadap Keputusan Pembelian?
4. Menganalisa pengaruh Store Atmosphere terhadap Repurchase Intention?
5. Menganalisa pengaruh variasi Produk terhadap repurchase intention
6. Menganalisa pengaruh media promosi melalui instagram terhadap repurchase intension
7. Menganalisa pengaruh keputusan pembelian terhadap repurchase intention?

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan atau referensi dan kajian bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut untuk bidang yang serupa.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi café yang berkaitan dengan keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan

#### **1.5. Batasan Ilmiah**

Berdasarkan rumusan, tujuan dan manfaat maka penulis membatasi penelitian ini:

1. Penelitian hanya dilakukan pada pelanggan yang ada di café Fruts99 Surabaya
2. Variabel yang diteliti hanya pengaruh store atmosphere variasi produk dan media promosi terhadap keputusan pembelian dan repurchase intention, Apabila terdapat variabel bebas lain yang digunakan untuk mengukur Keputusan Pembelian dan Repurchase Intention maka variabel tersebut tidak dibahas dalam penelitian ini.