

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bagi para pelaku bisnis memahami perilaku konsumen merupakan hal yang sangat penting guna menyusun strategi pemasaran. Schiffman dan Kanuk mengatakan istilah perilaku konsumen merujuk kepada perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.¹ Dalam kegiatan mencari, tidak hanya ditujukan untuk mencari barang atau jasa yang dibutuhkan, akan tetapi juga mencari informasi yang terkait dengan barang dan jasa yang diperlukan. Dengan memahami perilaku konsumen, pengusaha dapat membidik target-target pembeli secara lebih fokus dan lebih terarah.

Bisnis cafe saat ini dinilai sebagai salah satu bisnis yang cukup menjanjikan karena semakin berkembangnya zaman yang dapat menimbulkan perubahan tren atau gaya hidup masyarakat. Termasuk dalam hal menikmati makanan, mengunjungi cafe atau restorann tidak hanya untuk menikmati makanan dan minuman akan tetapi juga untuk menikmati suasana yang diciptakan cafe tersebut. Banyak sekali pelaku bisnis yang mempunyai ide untuk membangun cafe yang unik dan menarik bagi masyarakat khususnya kaum muda yang memiliki gaya hidup

¹ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm 32.

modern. Gaya hidup masyarakat modern sekarang ini mendorong pelaku bisnis untuk berlomba-lomba mendirikan cafe yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat dan memiliki keunggulan tersendiri. Keunggulan atau ciri khas tersebut dapat dilihat dari fasilitas yang diberikan, makanan dan minuman yang disajikan, dan suasana tempat yang nyaman. Beragamnya cafe yang ada membuat konsumen akan lebih selektif dalam memilih cafe yang akan dikunjungi. Konsumen akan memilih cafe dengan kualitas terbaik yang dapat memenuhi kebutuhannya. Di Kota Kediri sendiri terdapat banyak sekali tempat kuliner dan cafe terutama di daerah Kecamatan Mojojoto Kediri. Terdapat beberapa cafe yang paling banyak dikunjungi diantaranya adalah JW Internet dan Cafe, Blessing Castle Cafe, dan Loji Cafe dan Resto. Berikut alasan konsumen dalam mengunjungi café di Kediri:

Tabel 1.1
Alasan Mengunjungi Kuliner dan Cafe

Nama Cafe	Alasan Mengunjungi Kuliner dan Cafe
JW Internet dan Cafe	Berkumpul bersama teman-teman
Blessing Castle Cafe	Ngopi, foto foto, mencari makan, nongkrong
Loji Cafe dan Resto	Berkumpul bersama teman-teman, ngopi, evaluasi kerja, berkumpul keluarga, foto foto

Sumber : Hasil Observasi (2021)

Berdasarkan table 1.1 terlihat bahwa konsumen tertarik mengunjungi café atau kuliner dengan alasan masing masing, sehingga konsumen akan tau mana tempat yang cocok untuk dikunjungi. Jumlah konsumen akan bertambah setiap tahunnya jika café tahu akan permintaan yang dibutuhkan konsumen. Berikut data konsumen pada masing-masing cafe setiap tahunnya:

Tabel 1.2
Data konsumen cafe yang ada di daerah Kecamatan Mojoroto Kota Kediri

Nama Cafe	2017	2018	2019	2020	2021
JW Internet dan Cafe	10550	11000	12500	12000	14000
Blessing Castle Cafe	13300	15000	21000	20000	23000
Loji Cafe dan Resto	27500	35000	41000	43000	45000

Sumber : Hasil Observasi (2021)²

Dari data tabel 1.2 di atas, menunjukkan bahwa ketiga cafe tersebut mengalami kenaikan jumlah konsumen setiap tahunnya. Pada tahun 2018 JW Internet dan Cafe mengalami kenaikan jumlah konsumen 450 konsumen. Blessing Castle Cafe mengalami kenaikan jumlah konsumen 1700 konsumen. Loji Cafe dan Resto mengalami kenaikan jumlah konsumen 7500 konsumen. Pada tahun 2019 JW Internet dan Cafe mengalami kenaikan jumlah konsumen sebanyak 1500 konsumen. Blessing Castle Cafe mengalami kenaikan jumlah konsumen sebanyak 5000 konsumen. Sedangkan Loji Cafe dan Resto mengalami kenaikan jumlah konsumen sebanyak 6000 konsumen. Pada tahun 2020, JW Internet dan Cafe dan Blessing Castle Cafe mengalami penurunan jumlah konsumen sebanyak 500 konsumen dan 1000 konsumen. Sedangkan Loji cafe dan resto mengalami peningkatan jumlah konsumen sebanyak 2000 konsumen. Pada tahun 2021, JW Internet dan Cafe dan Blessing Castle Cafe mengalami peningkatan jumlah konsumen sebanyak 2000 konsumen dan 1000 konsumen. Sedangkan Loji cafe dan resto terdapat peningkatan jumlah konsumen sebanyak 2000 konsumen.

Perilaku konsumen menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Kotler dan Armstrong mengemukakan, “Proses keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam

² Observasi pada tanggal 23 Januari 2021

mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan”. Kotler dan Armstrong mengatakan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian melalui 5 tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.³

Peneliti melakukan observasi terhadap ketiga cafe tersebut untuk mengetahui cafe mana yang lebih unggul. Pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi strategi pemasaran yang digunakan oleh masing-masing cafe tersebut. Berikut hasil observasi peneliti:

Loji Cafe dan Resto berada disebelah Selatan Lotus Hotel di Jalan Jaksa Agung Suprpto No. 24, Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri. Cafe ini mulai buka pukul 11.00 – 22.00 WIB. Loji cafe dan resto sudah berdiri sejak tahun 2016. Cafe ini memiliki konsep outdoor dan indoor dengan interior yang unik dan indah. Cafe ini mengusung konsep bangunan kolonial sehingga pengunjung dapat merasakan nuansa kolonial di dalam cafe. Menu yang ditawarkan sangat beragam dari makanan berat hingga makanan ringan, berbagai minuman panas, dingin, jus, dan masih banyak lagi. Fasilitas yang disediakan Loji Cafe dan Resto sangat lengkap diantaranya terdapat, toilet, mushola, wifi gratis, dan tempat parkir yang luas. Loji Cafe juga memiliki spot foto yang menarik untuk mengabadikan moment.

Peneliti melakukan observasi lebih lanjut untuk mengetahui alasan para konsumen dalam melakukan pembelian pada Loji Cafe dan Resto Kediri. Hal ini berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi adanya perilaku konsumen dan

³ Dian Anggraini Puspitorini, *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Cafe D,srupat-Sruput di Kota Wates, Kulon Progo)*,

keputusan pembelian, peneliti melakukan observasi kepada 40 konsumen Loji Cafe.

Berikut hasil observasi peneliti:

Tabel 1.3
Alasan Konsumen Melakukan Pembelian pada Loji Cafe dan Resto Kediri

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian		Jumlah Responden
Kebudayaan	Budaya	0
	Subbudaya	0
	Kelas sosial	0
Sosial	Kelompok referensi	0
	Keluarga	0
	Peran dan status	0
Pribadi	Usia dan tahap daur hidup	0
	Pekerjaan	0
	Kondisi ekonomi	0
	Gaya hidup	23
	Kepribadian dan konsep diri	0
Psikologis	Motivasi	0
	Persepsi	7
	Pembelajaran	0
	Sikap dan kepercayaan	10
Jumlah Konsumen		40

Sumber : Hasil Observasi⁴

Berdasarkan pada tabel 1.3, diketahui bahwa dari beberapa konsumen yang dijadikan responden pada observasi, alasan terbanyak melakukan pembelian pada Loji Cafe dikarenakan adanya faktor pribadi, terutama gaya hidup sebanyak 23 konsumen. Faktor persepsi sebanyak 7 konsumen, dan faktor sikap dan kepercayaan 10 konsumen.

Sutisna mengatakan gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta interest (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga opinion

⁴ Hasil observasi pada tanggal 5-10 Oktober 2020

(pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk.⁵ Menurut pengunjung cafe, mereka mengunjungi Loji Cafe dan Resto ini tidak hanya untuk menikmati makanan saja, akan tetapi juga menikmati suasana yang diciptakan cafe tersebut. Loji Cafe dan Resto memiliki nuansa jaman belanda bisa kita lihat dari bangunannya yang dibuat lebih modern ala cafe jaman sekarang. Terdapat lukisan dinding yang dapat digunakan untuk spot foto dan suasana outdoor cafe memiliki nuansa modern dengan lampu-lampu yang menghiasi cafe. Loji Cafe memiliki tempat yang nyaman dan luas, makanan dan minuman yang disajikan variatif dengan harga yang cukup terjangkau. Pelayanannya juga ramah dan memuaskan Tempatnya yang *instagramable* menarik banyak pengunjung untuk berfoto.

Tabel 1.4
Strategi Pemasaran Cafe di Kota Kediri

No.	Strategi Pemasaran	JW Internet & Cafe Kediri	Loji Resto & Cafe Kediri	Blessing Castle Cafe Kediri
1.	<i>Place</i>	Parkir Sempit, Toilet, <i>Free Wifi</i> , Buka setiap hari (Senin-Minggu) jam 12.00-22.00 Tunai saja	Parkir Luas, Toilet, Mushola, <i>Free Wifi</i> <i>Live music</i> (Setiap hari Rabu, Jum'at, dan Minggu) Buka setiap hari (Senin-Minggu) jam 11.00-22.00 Tunai dan non tunai	Parkir Sempit, Toilet, <i>Free Wifi</i> Buka setiap hari (Senin-Minggu) jam 10.00-21.00 Tunai saja
2.	<i>Price</i>	Makanan dan Minuman 3.500- 17.000	Makanan dan Minuman 6.000- 20.000	Makanan dan Minuman 4.000- 18.000
3.	<i>Product</i>	Makanan Ringan Minuman	Makanan Ringan Makanan Berat	Makanan Ringan Minuman

⁵ Dawud Luthfianto, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea*, Ibid, hal. 4.

			Minuman	
4.	Promotion	Facebook Instagram Situs Web Pesan Online (Gofood)	Facebook Instagram Situs Web Pesan Online (Gofood)	Facebook Instagram Pesan Online (Gofood)

Sumber: Hasil Observasi⁶

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, diketahui bahwa fasilitas yang diberikan Loji Resto dan Cafe lebih banyak dibandingkan dengan JW Cafe dan Blessing Castle Cafe. Loji Cafe memiliki tempat parkir yang luas, terdapat toilet dan mushola, wifi gratis, *live music* setiap hari rabu, jum'at, dan minggu. Sedangkan pada JW Cafe dan Blessing Castle Cafe tidak terdapat mushola dan *live music*. Loji Cafe buka setiap hari mulai jam 11 pagi sampai dengan jam 10 malam, yang tentu lebih lama dibandingkan dengan JW Cafe yang buka mulai jam 12 siang sampai dengan jam 10 malam, dan Blessing Cafe buka mulai jam 10 pagi sampai dengan jam 9 malam. Menu makanan dan minuman yang disediakan pada Loji Cafe juga lebih lengkap, yakni terdapat makanan berat, makanan ringan (*snack*) dan minuman. Sedangkan pada JW Cafe dan Blessing Cafe hanya menyediakan makanan ringan dan minuman saja, tidak menyediakan makanan berat. Media promosi yang digunakan oleh Loji Cafe lebih banyak di banding kedua toko tersebut, diantaranya media sosial *facebook*, *instagram*, situs web, dan pesan antar online.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memilih Loji Resto & Cafe Kediri sebagai tempat penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan**

⁶ Observasi pada tanggal 28 September 2020

Pembelian (Studi Pada Konsumen Loji Cafe dan Resto Jalan Jaksa Agung Soeprapto Kediri)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai fokus utama penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya hidup konsumen di Loji Resto dan Cafe Kediri?
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen di Loji Resto dan Cafe Kediri?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di Loji Resto dan Cafe Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui gaya hidup konsumen di Loji Resto dan Cafe Kediri.
2. Mengetahui keputusan pembelian konsumen di Loji Resto dan Cafe Kediri.
3. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di Loji Resto dan Cafe Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu Manajemen Pemasaran, khususnya dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang bisa mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi ilmiah terhadap penulisan dan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan, serta untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, khususnya dalam rangka mendukung terselenggaranya strategi pemasaran yang lebih baik.
- c. Bagi Loji Cafe dan Resto Kediri, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan menjadi bahan referensi sekaligus masukan dalam meningkatkan konsumen dan lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beserta hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian ini sehingga Loji Cafe Kediri dapat mengambil keputusan dan menerapkan kebijakan yang tepat dalam rangka meningkatkan konsumen.

E. Telaah Pustaka

Berikut telaah pustaka yang digunakan peneliti:

1. *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Syar'i pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Skripsi oleh Desi Budi Yanti Man (2018), UIN Sumatera Utara.

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah purposive sampling, sedangkan metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 41 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable gaya hidup mempunyai pengaruh signifikan terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian jilbab syar'i. Berdasarkan uji t, diperoleh t hitung sebesar $2,290 > t$ table sebesar 1,683585. Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 1,119 yang menjelaskan bahwa variable gaya hidup (X) memberikan pengaruh sebesar 11,9% terhadap keputusan pembelian (Y) sedangkan sisanya 88,1% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable gaya hidup mempunyai pengaruh signifikan terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian jilbab syar'i. Adapun persamaan dari penelitian tersebut adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif, persamaan pada variable X yaitu Gaya Hidup, dan persamaan pada variable Y yaitu Keputusan Pembelian. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti.

2. *Analisis Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Mayang Collection Pusat Di Kota Malang*. Skripsi oleh Agasta Eka Saputri (2018), UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dimana tujuannya adalah untuk menyajikan hasil penelitian dalam bentuk angka yang lebih akurat. Sampel penelitian ada 75 responden, data dikumpulkan dengan cara penyebaran kuesioner kepada konsumen butik Mayang Collection. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif secara simultan variable gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian pada butik Mayang Collection. Terdapat pula pengaruh secara parsial masing-masing variable terhadap keputusan pembelian pada butik Mayang Collection.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif secara simultan variable gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian pada butik Mayang Collection. Terdapat persamaan dari penelitian tersebut adalah terletak pada variable Gaya Hidup dan variable Keputusan Pembelian. Adapun perbedaannya adalah objek yang diteliti.

3. *Pengaruh Gaya Hidup dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Wisata di Cafe Sawah Pujon Kidul Malang*. Skripsi oleh Reza Arifianto (2019). UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisisioner. Sampel dalam penelitian adalah pengunjung cafe sawa pujon kidul malang. Teknik analisis data

menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian tersebut, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,182 dengan nilai sig sebesar 0,033. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t table 1,67065 dan nilai sig kurang dari pada 0,10 dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan memilih. Berdasarkan table dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 2,582 dengan nilai sig sebesar 0,012. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel 1,67065 dan nilai sig kurang dari 0,10 dengan demikian H_a diterima dan H_o tidak diterima. Artinya tidak ada pengaruh budaya terhadap keputusan pemilihan. Hasil estimasi yang tertera dapat diketahui bahwa variable yang memiliki koefisien standar disasiter besar adalah gaya hidup sebesar 0,318. Dengan demikian gaya hidup memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan memilih.

Hasil penelitian tersebut, ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan memilih. Tidak ada pengaruh budaya terhadap keputusan pemilihan. Terdapat persamaan dari penelitian tersebut terletak pada variabel (X) yaitu Gaya Hidup dan variabel (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Perbedaannya terletak pada objek penelitian.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian yang kebenarannya akan diuji berdasarkan data yang terkumpul.⁷ Adapun hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H₀)

Tidak terdapat pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian di Loji Cafe dan Resto Kediri.

2. Hipotesis Alternatif (H_a)

Terdapat pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian di Loji Cafe dan Resto Kediri.

⁷ Irwan Soehartono Adimihardjo, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1995), hal. 26