

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Di Indonesia sektor kuliner berbasis model kafe dan restoran berkembang dengan cepat. Ada berbagai elemen yang menjadi faktor pertumbuhan industri kuliner di Indonesia, salah satunya pertimbangan ekonomi dan gaya hidup masyarakat yang semakin meningkat. Ekspansi kafe yang cepat di Indonesia telah menghasilkan persaingan komersial yang lebih sengit di bidang kafe dan restoran, mengharuskan pengusaha untuk lebih berhati-hati dalam menganalisis faktor-faktor yang dapat menurunkan minat beli konsumen. Konsumen akan memberikan apresiasi terhadap kualitas layanan yang diberikan, promosi, dan harga produk yang akan meningkatkan minat pembelian konsumen. Dengan begitu banyak faktor yang mungkin dipengaruhi harga, promosi dan kualitas pelayanan menjadi komponen yang saling berhubungan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Minat pembelian merupakan komponen utama dalam menentukan harga pembelian suatu produk. Minat beli merupakan istilah yang mengacu pada niat konsumen untuk membeli produk tertentu, serta jumlah barang yang dibutuhkan selama periode waktu tertentu. Informasi tertentu mengenai niat pembelian konsumen terhadap suatu produk harus dipahami oleh pemasar untuk memprediksi perilaku konsumen di masa depan secara akurat. Minat beli berasal dari sikap pelanggan terhadap suatu produk, berasal dari kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Kurangnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk mengakibatkan penurunan minat pembelian pelanggan.

Bloum's Cafe dan Resto Medan merupakan cafe yang menyediakan produk utama minuman coffee yang berasal dari biji kopi berkualitas, serta juga makanan berat maupun ringan. Fenomena yang dimulai pada tahun 2020 dan hingga akhir 2021 adalah salah satu di mana pengusaha, terutama yang berada di industri seperti kafe, telah mengalami penurunan kunjungan pengunjung, yang memiliki efek langsung pada ekonomi komersial. Ini karena pandemi sehingga membuat penduduk tidak dapat terlibat dalam aktivitas normal. Hal inilah yang menyebabkan kunjungan kafe menurun. Dengan demikian, selain bertahan dalam keadaan seperti ini, pemilik kafe diharapkan untuk menciptakan bisnis untuk terus beroperasi dan berkembang. jika bisnis atau pengusaha mampu memproduksi barang-barang yang dihargai dengan tepat untuk keinginan dan harapan konsumen.

Harga yang diterapkan oleh Bloum's Cafe & Resto Medan sudah menyesuaikan dengan harga produk serupa pada cafe lain dan juga dengan kemampuan dari pelanggan yang datang. Namun masih terdapat kendala maupun keluhan dari pelanggan terhadap harga yang diterapkan oleh Bloum's Cafe & Resto Medan, baik pelanggan membandingkan dengan produk serupa di cafe lain maupun membandingkan kualitas dari produk dengan harga sehingga dapat menurunkan minat beli dari pelanggan Bloum's Cafe & Resto Medan.

Promosi dan kualitas yang dilakukan oleh Bloum's Cafe & Resto Medan sudah sangat baik, hal ini ditunjukkan dari promosi yang sangat kreatif melalui sosial media dan juga kualitas pelayanan yang selalu menjaga kebersihan dan juga keramahan kepada pelanggan. Namun Bloum's Cafe & Resto Medan harus dapat bersaing dengan cafe lain dari sisi promosi mengingat cafe lain juga melakukan promosi yang sangat kreatif dalam menarik pelanggan. Untuk hal kualitas pelayanan, Bloum's Cafe & Resto Medan sudah termasuk dalam kategori baik namun hal ini akan berkurang ketika pelanggan yang datang sudah ramai sehingga menurunkan kualitas dari pelayanan itu sendiri.

Berdasarkan dari penjelasan yang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli di Bloum's Cafe & Resto Medan**”.

## **I.2. Identifikasi Masalah**

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.

## **I.3. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan ?
2. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan ?

3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan ?
4. Bagaimanakah pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan ?

#### **I.4. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.

#### **I.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat secara teoritis dan praktis kepada berbagai pihak yang membaca :

1. Bagi Peneliti  
Untuk menerapkan konsep dan teori yang telah penulis dapatkan selama perkuliahan ke dalam dunia penelitian di dalam manajemen pemasaran
2. Bagi Bloum's Cafe & Resto Medan.  
Diharapkan dapat memberi gambaran dan rekomendasi bagi pemilik usaha khususnya di lingkungan Bloum's Cafe & Resto Medan.
3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.  
Diharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberikan sumbangsih dalam mengembangkan ilmu untuk manajemen pemasaran pada Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya yang akan melakukan pengkajian di bidang manajemen pemasaran.

#### **I.6. Teori Pengaruh**

##### **I.6.1. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli**

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemilihan produk dan karenanya minat beli. Jika suatu produk memaksa konsumen untuk menghabiskan lebih banyak

pengeluaran daripada yang mereka dapatkan dalam manfaat, produk tersebut dikatakan memiliki nilai negatif. Di sisi lain, jika pelanggan percaya keuntungan yang diperoleh menjadi lebih besar, produk memperoleh nilai positif sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen (Sari & Hariyana, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Mursalina dan Simanjuntak, 2021), (Fauzan & Rohman, 2019), (Setiawan & Safitri, 2019), harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan minat beli konsumen harus di pertimbangkan oleh persepsi harga, yang meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga, keunggulan dan kualitas yang diterima oleh konsumen.

### **I.6.2. Teori Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli**

Promosi merupakan kumpulan tindakan pemasaran yang bertujuan merangsang dan meningkatkan permintaan akan produk dan layanan. Promosi harus dirancang untuk mengumpulkan dan mempertahankan minat, menginspirasi keinginan, dan mendapatkan tindakan. Ketika mengembangkan komunikasi yang baik, sangat penting untuk memahami bagaimana pelanggan merespon komunikasi tersebut sehingga ketika konsumen melakukan pembelian produk, konsumen dapat memahami bagaimana kegiatan promosi dapat mempengaruhi respons konsumen, sehingga menyebabkan dan meningkatkan minat pembelian konsumen (Yoebrilanti, 2018).

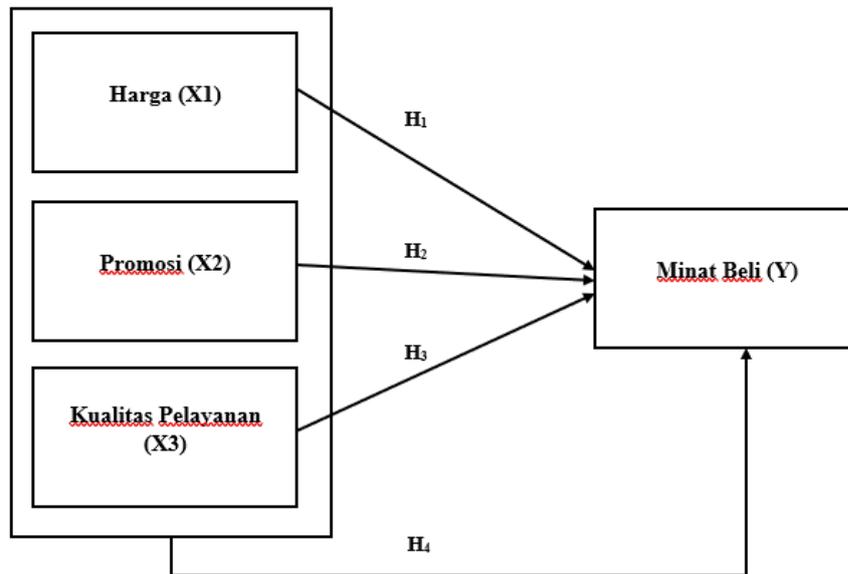
Dalam penelitian (Saputra et al., 2022), dan (Meme & Byre, 2020) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dimana promosi adalah bagaimana membuat orang tahu, memahami, menyukai, percaya, membeli, dan mengingat barang atau produk tersebut.

### **I.6.3. Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli**

Kualitas layanan berarti bahwa tindakan dalam memenuhi harapan konsumen. Dalam situasi ini, layanan didefinisikan sebagai layanan yang disediakan oleh penyedia layanan dalam hal kenyamanan, kecepatan, kemampuan, dan keramah-tamahan. Minat beli konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kesan pelanggan untuk layanan yang benar-benar mereka harapkan / inginkan dapat dibandingkan dengan kualitas layanan perusahaan (Anas, 2019).

Dari penelitian yang dilakukan oleh (Resha Ekawati et al., 2020) dan (Salsyabila et al., 2021) menyatakan dalam penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

## I.7. Kerangka Konseptual



Gambar I.1 Kerangka Konseptual

## I.8. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Harga berpengaruh terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.

H<sub>2</sub> : Promosi berpengaruh terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.

H<sub>3</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.

H<sub>4</sub> : Harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan.