

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Minat beli konsumen merupakan salah satu aspek penting yang harus mendapatkan perhatian serius dan setiap pelaku usaha, terutama di sektor kuliner. Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak bisnis makanan dan minuman yang menyadari pentingnya memahami perilaku dan keinginan konsumen sebagai dasar untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif. Salah satu factor yang mampu mempengaruhi minat beli adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan daya Tarik terhadap konsumen, tetapi juga dapat membentuk citra positif dan meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian ulang serta menarik konsumen baru melalui rekomendasi.

Layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak hanya terbatas pada bentuk fisik semata, seperti penyajian produk, tetapi juga mencakup aspek-aspek non-fisik, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, serta kenyamanan lingkungan. Keberhasilan suatu organisasi dalam jangka panjang sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumennya. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen menjadi hal yang sangat penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan bisnis kuliner.

Minat Beli merupakan keinginan yang timbul dalam membeli oleh konsumen setelah konsumen telah melakukan pembelian sebelumnya (Fitriasari & Ahmadi, 2025). Dalam konteks ini, minat beli konsumen dipengaruhi oleh berbagai elemen pemasaran seperti kualitas produk, harga, penyediaan fasilitas yang dilakukan, serta lokasi atau tempat usaha.

Waitinglist Coffee merupakan salah satu cafe yang cukup populer di kalangan masyarakat Kota Medan, khususnya di kawasan Padang Bulan, cafe ini berlokasi di jalan Berdikari, dan telah mulai beroperasi sejak tahun 2018 sejak berdiri Waitinglist coffee dikenal sebagai tempat nongkrong yang menyajikan beragam varian kopi pilihan dengan citra rasa yang khas dan suasana yang nyaman. Waitinglist Coffee didukung oleh tim yang terdiri dari 12 Orang karyawan. Struktur tugas dibagi menjadi 1 Orang sebagai Head Bar, 4 Orang sebagai Barista, 2 orang sebagai Waiters, 1 orang sebagai Head Kitchen, 2 orang sebagai Cook Helper, 2 orang sebagai Management. Berdasarkan pengamatan awal penelitian dan data yang diperoleh dari pemilik terdapat 20 orang yang mengeluh. 9 diantaranya mengeluh tentang daya tampung tempat yang belum memadai, 7 orang mengeluh tentang lahan parkir yang sangat terbatas dan 4 orang mengeluh tentang kekurangan ruang indoor untuk menampung banyak orang saat hujan.

Dari hasil observasi yang dilakukan penulis, sebagian besar properti Waitinglist.Coffee sudah memadai dari tahun sebelumnya. Kendala yang sering dihadapi pelanggan adalah kekurangan lahan parkir untuk kendaraan roda empat yang membuat ketidaknyamanan ini dapat menurunkan minat konsumen untuk kembali berkunjung. Selain itu daya tampung yang terbatas banyak pelanggan kesulitan mendapatkan tempat duduk, terutama bagi mereka yang datang berkelompok atau ingin lebih lama di cafe.

Indikator keberhasilan minat beli konsumen tercermin dari respons positif terhadap produk dan layanan yang ditawarkan, yang menunjukkan tingkat ketertarikan dan kepercayaan konsumen terhadap suatu usaha. menurut Kotler dan Armstrong (2017) *“a combination of various marketing elements controlled by the company to achieve marketing objectives in the target market”*. Artinya kombinasi dari berbagai

elemen pemasaran yang dikendalikan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam target sasaran. Adapun data pendapatan Waitinglist.Coffee dari bulan Januari sampai bulan Mei dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2 Data Penjualan Waitinglist.Coffee Bulan Januari s/d Mei 2025

Bulan	Total Penjualan (Rp)	Perubahan	Presentase
Januari	49182.000	-	-
Februari	45725.000	3457.000	-7,03%
Maret	52882.000	7157.000	+15,64%
April	42308.000	10574.000	-20,00%
Mei	50480.000	8172.000	+19,31%

Sumber : Waitinglist.Coffee Kota Medan.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pendapatan Waitinglist.Coffee pada periode bulan Januari hingga bulan Mei mengalami fluktuatif tertinggi terjadi pada bulan Januari yaitu Rp. 49182.000,-, Namun pada bulan berikutnya yaitu Februari hingga April Waitinglist.Coffee mengalami penurunan sebesar -7,03%, pada bulan Maret mengalami kenaikan sebesar +15,64%, penurunan dialami kembali pada bulan April sebesar -20,00% dan kembalik kenaikan sebesar+19,31%. Penurunan penjualan pada bulan Februari dan April tersebut kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor cuaca hujan dan juga banyaknya persaingan dengan jenis usaha yang sama. Menyebabkan pendapatan tidak maksimal.

Dalam dunia bisnis yang dinamis dan penuh persaingan, banyak pelaku bisnis yang menyadari pentingnya memahami minat beli konsumen sebagai salah satu strategi untuk membangun citra positif, khususnya dalam menarik perhatian calon pelanggan baru. Dalam industry coffee shop yang persaingannya semakin kompetitif, Waitinglist Coffee dituntut untuk terus melakukan inovasi demi menjaga keberlangsungan usahanya.

Untuk dapat bertahan dan bersaing, pemahaman terhadap minat beli konsumen menjadi hal yang sangat penting. Jika dikelola secara tepat, minat beli konsumen dapat menjadi asset strategis yang mendukung pertumbuhan usaha. melalui minat beli yang dipengaruhi oleh faktor harga, mutu produk, dan penyediaan fasilitas yang diberikan serta lokasi yang strategis, perusahaan berpeluang untuk menekan biaya pemasaran, meningkatkan volume penjualan, menjangkau konsumen baru.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Penyediaan Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Waitinglist Coffee Kota Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada bagian latar belakang, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Fasilitas tempat belum memadai sehingga pelanggan baru kurang tertarik.
2. Jika hujan, pelanggan tidak memiliki tempat yang cukup
3. Kurangnya lahan parkir roda empat membuat pelanggan yang membawa mobil merasa kurang nyaman

1.3 Batasan Masalah dan Perumusan Masalah a. Batasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan, peneliti menetapkan batasan kajian dalam peneliti menetapkan batasan kajian dalam penelitian ini hanya difokuskan pada lima variable, yaitu kualitas produk, harga, penyediaan fasilitas, lokasi sebagai variable bebas dan minat beli pelanggan sebagai variable terikat. Penelitian ini akan dilaksanakan di Waitinglist.Coffee yang berlokasi di Jalan Berdikiri, Padang Bulan, Kota Medan.

b. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pelanggan di Waitinglist.Coffee?.
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli pelanggan di Waitinglist.Coffee?.
3. Apakah penyediaan fasilitas berpengaruh terhadap minat beli pelanggan di Waitinglist.Coffee?.
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli pelanggan di Waitinglist.Coffee?.
5. Apakah kualitas produk, harga, penyediaan fasilitas, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli pelanggan di Waitinglist.Coffee?.

1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian a. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian yang dicapai sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Waitinglist.Coffee.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Waitinglist.Coffee.
3. Untuk menganalisis pengaruh penyediaan fasilitas terhadap minat beli konsumen di Waitinglist.Coffee.
4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen di Waitinglist.Coffee.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, penyediaan fasilitas dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen di Waitinglist.Coffee.

b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas harga terhadap minat beli konsumen Waitinglist.Coffee.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen Waitinglist.Coffee.
3. Untuk mengetahui pengaruh penyediaan fasilitas terhadap minat beli konsumen Waitinglist.Coffee.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen Waitinglist.Coffee.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, penyediaan fasilitas dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen Waitinglist.Coffee.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Minat Beli

Minat beli juga dapat diartikan sejauh mana konsumen dapat merespon promosi yang dilakukan melalui iklan, media sosial sehingga orang memutuskan untuk membeli produk yang