

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia berlomba untuk menjadi sukses dalam hidup mereka dengan menggunakan berbagai macam cara. Salah satu caranya adalah dengan membuat bisnis yang dapat membuahkan keuntungan yang besar. Oleh karena itu banyak bisnis-bisnis baru yang mulai bermunculan di negara ini, dan salah satu yang paling banyak digemari sekarang ini yaitu bisnis kuliner.

Bisnis kuliner sudah menjadi bisnis yang sangat menjanjikan dan diminati oleh banyak orang karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer sekaligus dicari oleh masyarakat setiap waktu, juga membuat masyarakat yang cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya sering mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, bertemu klien, atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka. *Café* merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih. *Café* dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Tidak heran bila para pengunjung *café* bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada di sana. Selain terlibat perbincangan santai, sebagian pengunjung juga menggunakan *café* sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Bisnis kuliner yang bermunculan jaman sekarang ini sangat bermacam-macam, seperti restoran keluarga, restoran tradisional, warung kaki lima, bistro, *coffee shop* dan *café*.

Café adalah suatu restoran kecil yang mengutamakan penjualan cake (kue-kue), sandwich (roti isi), kopi dan teh. Pilihan makanannya terbatas dan bisa menjual minuman beralkohol (Marsyangm, 1999). Tetapi *café* pada jaman sekarang ini sudah menjual banyak macam makanan dan bahkan pilihan makanan yang ditawarkan lebih beragam daripada pilihan minumannya.

Bandung merupakan kota yang dikenal sebagai objek wisata kuliner dengan harga terjangkau, tempat yang strategis dan kualitas yang cukup tinggi. Salah satu objek wisata yang paling dicari wisatawan adalah *café-café*nya yang beragam. Kota Bandung memiliki beragam *café* dimana dari data menunjukan ada sekitar 500 lebih *café* di kota Bandung (<http://mygetinfo.com/2012/05/daftar-alamat-cafe-di-bandung/>).

Walaupun dengan banyaknya *café*, tidak dipungkiri terdapat berbagai masalah yang dialami oleh mereka diantaranya adalah kurangnya pembelian konsumen yang disebabkan oleh minimnya variasi produk yang dimiliki. Faktor produk dimana keragaman dari suatu produk yang ditawarkan oleh *café* atau restoran menentukan kepuasan kepada pelanggan dan tentunya menuntut untuk keputusan pembelian. Masalah tersebut dialami oleh salah satu *café* di Bandung yaitu *café* yang bernama *Mochaccino Café & Bakery* yang belum lama didirikan di Bandung. *Mochaccino Café & Bakery* ini terletak di jalan Ruko Kurdi No. 44, Bandung. *Café* ini menawarkan menu makanan dari makanan pembuka hingga makanan penutup khas Asia dan Eropa. Produk yang ditawarkan memang tidak begitu beragam mengingat *café* ini merupakan *café* yang baru berdiri.

Menurut Philip Kotler yang dikutip oleh Buchari Alma (2005:139), Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan definisi Keputusan Pembelian menurut Kotler (2010), adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang

mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini yaitu untuk mengukur seberapa besar faktor produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Mochaccino. Oleh karena itu peneliti menuangkan permasalahan tersebut ke dalam penelitian dengan judul **“PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MOCHACCINO CAFE & BAKERY JALAN RUKO KURDI NO. 44 BANDUNG”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini akan mengkaji faktor produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang perlu diperhatikan *Mochaccino Cafe & Bakery*.

Dari masalah tersebut dapat dirumuskan pertanyaan di bawah ini:

1. Apakah terdapat pengaruh faktor produk terhadap keputusan pembelian konsumen di *Mochaccino Cafe & Bakery* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor produk terhadap keputusan pembelian konsumen di *Mochaccino Cafe & Bakery*.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Pelaku Bisnis

Sebagai sumber informasi untuk menjadi pertimbangan dan sebagai bahan masukan kepada pemilik untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi Penulis

Sebagai bahan meningkatkan wawasan pemasaran khususnya tentang pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sehingga dapat mengimplementasikan dari setiap teori yang ada untuk dipraktikkan secara langsung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya dalam meneliti objek lain.