

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan pertumbuhan bisnis di Indonesia khususnya di Kota Bandung berkembang sangat pesat. Salah satu contoh perkembangannya yaitu di bidang kuliner. Kuliner merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati, terutama bisnis coffee shop. Berbagai variasi makanan dan minuman baru dapat kita temukan di sekitar kita.

Untuk bertahan di tengah persaingan bisnis ini, suatu perusahaan harus memiliki strategi yang baik agar bisa bersaing dengan pesaing lainnya. Salah satu strategi yang harus diperhatikan yaitu strategi bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran Pemasaran (7P) adalah penyempurnaan dari konsep bauran pemasaran tradisional, dimana konsep bauran pemasaran tradisional hanya memuat 4 faktor yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Seiring perkembangan jaman, bauran pemasaran dikembangkan menjadi 7 faktor dimana 3 faktor tambahannya untuk bauran pemasaran di bidang jasa yaitu Orang, Bukti Fisik dan Proses. Dengan ini perusahaan dituntut untuk selalu memperbaharui strategi yang sudah ada, dengan cara memperhatikan perkembangan jaman agar bisa melihat keadaan pasar dan melihat keinginan konsumen serta perubahan selera dari konsumen.

Suatu perusahaan akan berjalan dengan baik apabila pelaku usaha memperhatikan strategi yang benar diantaranya sumber daya manusia yang memiliki kemampuan cepat, tanggap dan ramah, serta berpenampilan yang

rapih dan menarik dalam melayani konsumen. Kemudian informasi yang diberikan mengenai perusahaan tersebut tentunya harus jelas seperti contohnya, brosur, kartu bisnis, papan nama dan peralatan yang digunakan. Tidak hanya itu, prosedur yang dilakukan atau mekanisme dan arus aktivitas dari layanan yang diberikan harus benar. Karena, hal ini yang nantinya berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga untuk melakukan pembelian melibatkan sedikitnya keputusan dan lebih sedikit pertimbangan.

Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen bisa dilihat dan dirasakan sendiri oleh konsumen mulai dari tahap pengenalan masalah, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif, tahap keputusan dan pertimbangan membeli atau tidak, dan perilaku pasca pembelian. Maka dari itu perusahaan harus merencanakan strategi pemasaran yang baik dan dituntut untuk membuat produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, agar bisnis dapat berjalan dengan baik dan dapat menarik minat konsumen.

Salah satu *coffee shop* yang bernama Candu Coffee Bar yang berlokasi di Jalan Pagermaneuh nomor 108, Lembang, Bandung ini merupakan *coffee shop* yang nyaman untuk bersantai dan berbincang karena view nya sendiri yang bisa melihat city light secara langsung, ditambah lagi dari interior yang menarik dengan nuansa yang didominasi oleh anyaman bambu, serta beberapa ukiran kayu.

Ditengah berkembangnya *coffee shop* yang berada di lingkungan pagermaneuh leembang, ini merupakan suatu tantangan dan ancaman bagi

Candu Coffee Bar itu sendiri. Bagaimana coffee shop ini mampu bersaing dengan coffee shop yang berada di sekelilingnya dengan menerapkan strategi bauran pemasaran jasa yang tepat agar bisa mempertahankan konsumennya dan ancaman jika konsumen mereka lebih tertarik dan memilih produk dan jasa di coffee shop lain. Terdapat beberapa coffee shop yang ada di sekitar Candu Coffee Bar yaitu:

**Tabel 1 1**  
**Beberapa Coffee Shop yang berada di sekitar Candu Coffee Bar**

No	Nama Coffee Shop	Tempat	Alamat
1.	Three Ways Coffee & Eatery	Coffee shop dengan view city light, free billiard dan live musik. Menyajikan menu makanan dan minuman dari harga Rp. 12.000 s/d Rp.35.000	Jl. Punclut, Pagerwangi, Lembang, Kota Bandung
2.	Café & Resto Ethnic	Coffee shop yang bernuansa alam menyajikan makanan dan minuman dari harga Rp. 8.000 s/d Rp. 19.000	Jl. Ciumbuleuit Atas no 160 pagerwangi Bandung
3.	Sadulur Kopi	Coffee shop dengan paduan live music menyajikan makanan dan minuman dari harga Rp. 7.000 s/d Rp. 60.000	Jl Raya Punclut No 132 Bandung
4.	Bruder Coffee Roasters	Coffee shop yang menyajikan makanan dan minuman dari harga Rp. 13.000 s/d Rp. 40.000	Jl. Punclut No 86 Pagerwangi Bandung
5.	Candu Coffee Bar	Coffee shop yang memiliki interior yang menarik dengan nuansa yang didominasi oleh anyaman bambu, serta beberapa ukiran kayu dengan view city light dan menyajikan makanan dan minuman dari harga Rp. 12.000 s/d Rp. 35.000	Jl Pagermaneuh no 108 Lembang Bandung

Berdasarkan adanya coffee shop lain di sekitar Candu Coffee Bar akhirnya berdampak kepada berkurangnya jumlah konsumen yang mengunjungi coffee shop ini mulai tahun 2023 pada bulan Januari sampai Juni, yaitu:

**Tabel 1 2**  
**Data Pengunjung Candu Coffee Bar**

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
1.	Januari	671
2.	Februari	312
3.	Maret	547
4.	April	535
5.	Mei	419
6.	Juni	272
<b>TOTAL</b>		<b>2.756</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>459</b>

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan pengunjung pada Candu Coffee Bar. Pada bulan juni terjadi penurunan pengunjung yang mana jumlah pengunjungnya hanya menginjak di angka 272. Hal ini di sebabkan karena adanya pesaing yang berada di lingkungan sekitar Candu Coffee Bar, yang mana pada coffee shop lain terdapat fasilitas yang lebih dibandingkan dengan candu coffee bar. Selain itu juga di beberapa coffee shop pesaing terdapat live music yang dapat menarik pengunjung.

Berikut adalah data jumlah produk yang terjual di Candu Coffee Bar pada bulan Januari sampai Juni 2023 yaitu:

**Tabel 1 3**  
**Data Penjualan di Candu Coffee Bar**

<b>Tahun</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Penjualan (Volume)</b>	<b>Jumlah Penjualan (Rp)</b>
2023	Januari	629	11.341.000
	Februari	545	11.167.000
	Maret	531	10.100.000
	April	487	8.865.000
	Mei	362	8.137.000
	Juni	318	7.874.000

Berdasarkan table di atas. Dapat dilihat bahwa konsumen yang melakukan pembelian di Candu Coffee Bar mengalami penurunan pada setiap bulannya. Hal ini disebabkan karena kurangnya variasi menu yang disediakan. Tidak hanya itu, hal ini terjadi karena kurangnya pengunjung yang datang dan membeli produk di candu coffee bar yang disebabkan adanya pesaing yaitu coffee shop yang ada di sekitar candu coffee bar yang memiliki daya tarik lebih yang bisa mempengaruhi pengunjung untuk datang dan membeli produk di tempat lain.

Penulis melakukan pra survey dengan menyebarkan kuesioner dengan 30 responden mengenai permasalahan yang berkaitan dengan orang, bukti fisik, proses dan keputusan pembelian di Candu Coffee Bar. Pra survey ini dilakukan terhadap 30 orang konsumen yang sudah membeli produk di

Candu Coffee Bar. Adapun hasil pra survey mengenai Orang, Bukti Fisik dan Proses dan keputusan pembelian diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 1 4**  
**Hasil Kuesioner Pra Survei Orang**

No.	Variabel Orang	Jawaban Responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1.	Karyawan Candu Coffee Bar dapat melakukan tugasnya dengan sangat handal serta penuh dengan keahlian pada bidangnya masing-masing	13	43%	17	57%	100%
2.	Sikap karyawan Candu Coffee Bar menunjukkan sikap yang baik, ramah dan sopan	10	33%	20	67%	100%
3.	informasi yang diberikan karyawan Candu Coffee Bar jelas dan mudah dipahami	10	33%	20	67%	100%
<b>Rata-rata</b>			<b>36%</b>		<b>64%</b>	

Berdasarkan hasil pra survey di atas pada table 1.4 menunjukkan bahwa kondisi orang/karyawan di candu coffee bar masih kurang baik dan belum sesuai yg diharapkan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari jawaban responden yg diperoleh rata rata sebesar 64% menjawab tidak. Hal ini didukung oleh pernyataan yg menyatakan hasil dari data pra survey yang dilakukan kepada 30 responden diatas menunjukkan bahwa sebanyak 17 orang konsumen menyatakan “tidak” atas pernyataan “Karyawan Candu Coffee Bar dapat melakukan tugasnya dengan sangat handal serta penuh dengan keahlian pada bidangnya masing-masing”. Sebanyak 20 orang menyatakan “tidak atas pernyataan “Sikap karyawan Candu Coffee Bar menunjukkan sikap yang baik, ramah dan sopan” dan sebanyak 20 orang juga

menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “informasi yang diberikan karyawan Candu Coffee Bar jelas dan mudah dipahami”.

Berdasarkan data tersebut, bisa disimpulkan bahwa penilaian konsumen terhadap orang atau karyawan pada Candu Coffee Bar menunjukkan ketidaksetujuan terhadap jasa karyawan dalam melakukan tugasnya dengan sangat handal serta penuh dengan keahlian pada bidangnya masing-masing, Sikap karyawan Candu Coffee Bar menunjukkan sikap yang baik, ramah dan sopan, serta mengenai informasi yang diberikan karyawan Candu Coffee Bar jelas dan mudah dipahami.

**Tabel 1 5**  
**Hasil Kuesioner Pra Survei Bukti Fisik**

No.	Variabel Bukti Fisik	Jawaban Responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1.	Kondisi lingkungan di Candu Coffee Bar bisa memberikan kenyamanan	11	37%	19	63%	100%
2.	Ketepatan penataan tata letak di Candu Coffee Bar baik dan menarik	9	30%	21	70%	100%
3.	Fasilitas yang diberikan bisa memberi kenyamanan	11	37%	19	63%	100%
<b>Rata-rata</b>			<b>35%</b>		<b>65%</b>	

Berdasarkan hasil pra survey di atas pada table 1.5 menunjukkan bahwa kondisi bukti fisik di candu coffee bar masih kurang baik dan belum sesuai yg diharapkan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari jawaban responden yg diperoleh rata rata sebesar 65% menjawab tidak. Hal ini didukung oleh pernyataan yg menyatakan hasil dari data pra survey yang dilakukan kepada 30 responden diatas

menunjukkan bahwa sebanyak 19 orang konsumen menyatakan “tidak” atas pernyataan “Kondisi lingkungan di Candu Coffee Bar bisa memberikan kenyamanan”. Sebanyak 21 orang menyatakan “tidak atas pernyataan “Ketepatan penataan tata letak di Candu Coffee Bar baik dan menarik” dan sebanyak 19 orang juga menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “Fasilitas yang diberikan bisa memberi kenyamanan”.

Berdasarkan data tersebut, bisa disimpulkan bahwa penilaian konsumen terhadap bukti fisik pada Candu Coffee Bar menunjukkan ketidaksetujuan atas kondisi lingkungan yang bisa memberikan kenyamanan pada konsumen, Ketepatan penataan tata letak yang kurang baik dan menarik, serta mengenai Fasilitas yang disediakan kurang memberikan kenyamanan. Hal ini disebabkan karena lahan dari candu coffee bar yang kurang luas sehingga menyebabkan ketidaknyamanan konsumen.

**Tabel 1 6**  
**Hasil Kuesioner Pra Survei Proses**

No.	Variabel Proses	Jawaban Responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1.	Kecepatan dalam proses pelayanan karyawan Candu Coffee Bar sesuai yang diharapkan	12	40%	18	60%	100%
2.	Prosedur yang disediakan oleh Candu Coffee Bar mudah dipahami dan memberi kemudahan pada setiap kebutuhan konsumen	6	20%	24	80%	100%
3.	Setiap aktivitas pemberian jasa yang disediakan benar-benar teliti	3	10%	27	90%	100%
<b>Rata-rata</b>			<b>23%</b>		<b>77%</b>	



Berdasarkan hasil pra survey di atas pada table 1.6 menunjukkan bahwa kondisi proses di candu coffee bar masih kurang baik dan belum sesuai yg diharapkan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari jawaban responden yg diperoleh rata rata sebesar 77% menjawab tidak. Hal ini didukung oleh pernyataan yg menyatakan hasil dari data pra survey yang dilakukan kepada 30 responden diatas menunjukkan bahwa sebanyak table 18 orang konsumen menyatakan “tidak” atas pernyataan “Kecepatan dalam proses pelayanan karyawan Candu Coffee Bar sesuai yang diharapkan”. Sebanyak 24 orang menyatakan “tidak atas pernyataan “Prosedur yang disediakan oleh Candu Coffee Bar mudah dipahami dan memberi kemudahan pada setiap kebutuhan konsumen” dan sebanyak 27 orang juga menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “Setiap aktivitas pemberian jasa yang disediakan benar-benar teliti”.

Berdasarkan data tersebut, bisa disimpulkan bahwa penilaian konsumen terhadap proses pada Candu Coffee Bar menunjukkan ketidaksetujuan atas Kecepatan dalam proses pelayanan karyawan Candu Coffee Bar, Prosedur yang disediakan oleh Candu Coffee Bar mudah dipahami dan memberi kemudahan pada setiap kebutuhan konsumen, dan aktivitas pemberian jasa yang disediakan benar-benar teliti. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan karyawan yang ada di candu coffee bar. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi terhadap proses yang diberikan oleh karyawan candu coffee bar dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.

**Tabel 1 7**  
**Hasil Kuesioner Pra Survei Keputusan Pembelian**

No.	Variabel Keputusan Pembelian	Jawaban Responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1.	Saya memutuskan untuk membeli produk Candu Coffee Bar karena memiliki pelayanan jasa dan citra merek yang baik	12	40%	18	60%	100%
2.	Saya membeli produk Candu Coffee Bar karena sesuai dengan harga dan pelayanan yang diberikan	11	37%	19	63%	100%
3.	Setelah melihat produk yang dijual dan kenyamanan berbelanja, saya tertarik untuk membeli produk sebanyak-banyaknya	9	30%	21	70%	100%
4.	Saya akan merekomendasikan kepada teman-teman dan keluarga untuk membeli produk di Candu Coffee Bar	11	37%	19	63%	100%
<b>Rata-rata</b>			<b>48%</b>		<b>52%</b>	

Berdasarkan hasil pra survey di atas pada table 1.7 menunjukkan bahwa kondisi keputusan pembelian di candu coffee bar masih kurang baik dan belum sesuai yg diharapkan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari jawaban responden yg diperoleh rata rata sebesar 52% menjawab tidak. Hal ini didukung oleh pernyataan yg menyatakan hasil dari data pra survey yang dilakukan kepada 30 responden diatas menunjukkan bahwa sebanyak 18 orang konsumen menyatakan “tidak” atas pernyataan “Saya memutuskan untuk membeli produk Candu Coffee Bar karena memiliki pelayanan jasa dan citra merek yang baik”. Sebanyak 19 orang menyatakan “tidak” atas pernyataan “Saya membeli produk Candu Coffee Bar karena sesuai dengan harga dan pelayanan yang diberikan” sebanyak 21 orang juga menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “Setelah melihat produk yang dijual dan

kenyamanan berbelanja, saya tertarik untuk membeli produk sebanyak-banyaknya” dan sebanyak 19 orang juga menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “Saya akan merekomendasikan kepada teman-teman dan keluarga untuk membeli produk di Candu Coffee Bar”.

Berdasarkan data tersebut, bisa disimpulkan bahwa penilaian konsumen terhadap keputusan pembelian pada Candu Coffee Bar menunjukkan ketidaksetujuan atas pertanyaan dari pra survey yang di tanyakan. Hal ini disebabkan oleh kondisi lingkungan yang kurang nyaman diantaranya yaitu kurangnya penerangan di setiap sudut ruangan, kondisi toilet yang kurang bersih, ketidak telitian dalam setiap pelayanan yang diberikan, serta sikap karyawan yang kurang ramah.

Berdasarkan dari data pra survey di atas mengikuti beberapa penelitian yang serupa dengan Orang, Bukti Fisik dan Proses terhadap keputusan pembelian antara lain, penelitian dari Neng Irma (2015) yang berjudul Pengaruh *People, Physical Evidence* dan *Process* Terhadap Keputusan Pembelian Di Sangkuriang Resti Bandung menyatakan bahwa *people, physical evidence* dan *process* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Sangkuriang Resto. Penelitian dari Syamsul Ibad, Rois Arifin & Agus Priyono (2018) yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (*Product, Price, Place, Promotion, Process, People, and Physical Evidence*) Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Jasa Transportasi CV King Tour And Trevel) menyatakan bahwa Variabel produk(*product*), harga(*price*), tempat(*place*), proses(*process*) dan karyawan(*people*) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan promosi

(promotion) dan bukti fisik (physical evidence) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Mengingat pentingnya variable-variabel yang ada pada bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian, peneliti melakukan penelitian mengenai pelaksanaan bauran pemasaran jasa dengan judul **“PENGARUH ORANG, BUKTI FISIK DAN PROSES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CANDU COFFEE BAR”**

### 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti akan mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Berkurangnya kunjungan konsumen ke *coffee shop* Candu Coffe Bar
2. Penjualan *coffee shop* Candu Coffee Bar mengalami penurunan dari bulan Januari - Juni 2023.
3. Kurangnya pembaharuan strategi bauran pemasaran jasa yang dilakukan Coffee Shop Candu Coffee Bar.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu penelitian, kemampuan peneliti untuk meneliti semua faktor diatas, maka yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk dikaji adalah hanya variable Orang, Bukti Fisik, Proses dan Keputusan Pembelian.

#### 1.4 Perumusan Masalah

1. Bagaimana Orang, Bukti Fisik, Proses dan keputusan pembelian pada Coffee Shop Candu Coffee Bar?
2. Seberapa besar Orang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Candu Coffee Bar?
3. Seberapa besar Bukti Fisik berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Candu Coffee Bar?
4. Seberapa besar Proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Candu Coffee Bar?
5. Seberapa besar pengaruh Orang, Bukti Fisik dan Proses terhadap keputusan pembelian pada Candu Coffee Bar?

#### 1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

##### **1.5.1 Maksud Penelitian**

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Orang, Bukti Fisik dan Proses terhadap keputusan pembelian di Candu Coffee Bar yang hasilnya dituangkan dalam skripsi yang merupakan syarat menempuh siding sarjana program stidu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

##### **1.5.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan diadakannya penelitian ini untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis Orang, Bukti Fisik dan Proses keputusan pembelian di Coffee Ship Candu Coffee Bar
2. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh Orang terhadap keputusan pembelian di Coffee Shop Candu Coffee Bar.
3. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh Bukti Fisik terhadap keputusan pembelian di Coffee Shop Candu Coffee Bar.
4. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh Proses terhadap keputusan pembelian di Coffee Shop Candu Coffee Bar.
5. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh Orang, Bukti Fisik dan Proses keputusan pembelian di Coffee Shop Candu Coffee Bar.

#### 1.6 Kegunaan Penelitian

Dilihat dari tujuan yang telah diuraikan, maka diharapkan penelitian ini mempunyai kegunaan sebagai berikut:

##### **1.6.1 Kegunaan Teoritis**

- a. Bisa memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, terutama yang berhubungan dengan bauran pemasaran jasa dan keputusan pembelian.
- b. Menerapkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran yang di dapatkan di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, terutama mengenai bauran pemasaran jasa dan keputusan pembelian.

### 1.6.2 Kegunaan Praktis

a. Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti bisa membandingkan teori yang dipelajari di akademis dengan keadaan lapangan yang sebenarnya, untuk mengembangkan diri pada pengetahuan lain

b. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan bagi Candu Coffee Bar mengenai pengaruh marketing mix jasa (People, Physical Evidence, dan Process) terhadap Keputusan Pembelian sehingga dapat melakukan strategi manajemen bauran pemasaran berkaitan dengan People, Physical Evidence dan Process yang sesuai berdasarkan harapan konsumen.

c. Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan baru para pembaca mengenai bauran pemasaran jasa dan keputusan pembelian konsumen dan dapat dijadikan kajian untuk melakukan penelitian selanjutnya sebagai bahan masukan informasi ilmiah dan melanjutkan penelitian tentang bauran pemasaran jasa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

