

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di era globalisasi seperti sekarang ini cafe merupakan suatu bisnis yang menjanjikan. Bukan hanya sekedar area untuk makan saja tetapi banyak masyarakat yang menjadikan cafe digunakan untuk tempat berkumpul. Hal ini dapat ditinjau dari gaya masyarakat saat ini yang senang bertatap muka, berbincang-bincang dan juga bersantai. Manusia adalah makhluk social dimanapun mereka berada saling membutuhkan satu sama lain. Dengan demikian mereka membutuhkan sarana untuk bersosialisasi. Oleh karena itu dengan adanya cafe ini dapat merealisasikan keinginan mereka akan berkumpul.

Pada awalnya cafe hanya berfungsi sebagai kedai kopi, tetapi sesuai dengan perkembangan zaman cafe telah memiliki banyak konsep, diantaranya sebagai tempat menikmati hidangan/dinner, cafe otomotif yang cafe ini disediakan bagi komunitas penggemar dunia otomotif, sampai pada cyber cafe atau cafe yang menyediakan fasilitas jaringan internet/online bagi konsumennya.

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat melangsungkan hidupnya.

Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut dapat memilih cafe yang indah dengan

pelayanan yang mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di caffe yang cukup mewah itu. Di samping itu, adapula yang cenderung memilih caffe yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan daripada makan makanan yang mewah dan tidak lezat rasanya, lebih baik memilih caffe yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka.

Salah satu aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Harga merupakan sejumlah uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Konsumen menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitas dari produk yang bersangkutan. Penetapan harga oleh pelaku bisnis harus disesuaikan dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi. Hal tersebut akan mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian karena konsumen akan mencari tau harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya.

Selain harga, persepsi konsumen juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Persepsi konsumen menurut **Suryani (2012:97)** adalah proses dimana individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus menjadi suatu yang bermakna. Kita dapat mengetahui bahwa seseorang termotivasi untuk membeli adalah dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapinya, sedangkan apa yang dipersepsikan seseorang dapat cukup berbeda dari kenyataan yang objektif. Individu-individu mungkin memandang pada satu benda yang sama tetapi mempersepsikan atau mendeskripsikannya berbeda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Faktor lokasi juga mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih lokasi yang mudah dijangkau dibandingkan lokasi yang sulit untuk menjangkaunya karena jauh. Lokasi yang mudah dijangkau dapat memberikan manfaat berupa efisiensi waktu dan tenaga. Rasa aman dan nyaman serta memiliki area parkir yang luas menjadi pilihan konsumen karena dapat memberikan kepuasan yang lebih bagi konsumen. Ketatnya persaingan diantara pesaing menjadikan lokasi sebagai faktor penting dalam kesuksesan bisnis karena sebelum memutuskan untuk berkunjung, konsumen tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut.

Menurut **Kotler dan Keller (2008:51)** salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan.

Caffe Indiya Kuliner yang terletak di jalan Ahmad Yani, Pasar Teluk Kuantan yang berdiri pada tahun 2008 merupakan salah satu tempat masyarakat Teluk Kuantan untuk berkumpul dan bersantai sembari makan siang ataupun makan malam. Caffe Indiya Kuliner berada di tempat yang strategis dan pusat kota sehingga ramai didatangi pengunjung. Namun akhir tahun ini, caffe Indiya Kuliner mengalami penurunan pengunjung yang diakibatkan adanya sebuah tempat usaha yang sama dan tidak jauh dari lokasi Indiya Kuliner, diantaranya : The Zona Caffe dan Family Caffe.

Berikut data jumlah konsumen dan data penjualan Caffe Indiya Kuliner dari tahun 2013 sampai tahun 2017:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1 Data Penjualan dan Jumlah Pengunjung Caffe Indiya Kuliner

No	Tahun	Jumlah pengunjung	Data Penjualan	Pertumbuhan Penjualan
1	2013	30.746	Rp 2.115.047.000	-
2	2014	30.407	Rp 2.065.575.000	2,33%
3	2015	29.067	Rp 1.985.142.000	3,89%
4	2016	28.892	Rp 1.965.012.000	1,01%
5	2017	28.569	Rp 1.864.778.000	5,10%

Sumber: Caffe Indiya Kuliner (2017)

Berdasarkan data penjualan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa terjadi penurunan penjualan terbesar yaitu pada tahun 2017. Persaingan yang ketat di setiap bidang usaha membuat setiap perusahaan di dalam persaingan tersebut akan mengalami kenaikan maupun penurunan dalam penjualannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA, PERSEPSI KONSUMEN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFFE INDIYA KULINER DI TELUK KUANTAN”**.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka penulis mencoba merumuskan permasalahan, yaitu :

- a. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Caffe Indiya Kuliner di Teluk Kuantan ?
- b. Apakah persepsi konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Caffe Indiya Kuliner di Teluk Kuantan ?
- c. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Caffe Indiya Kuliner di Teluk Kuantan ?
- d. Apakah harga, persepsi konsumen dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Caffe Indiya Kuliner di Teluk Kuantan ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Caffe Indiya Kuliner di Teluk Kuantan
- b. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Caffe Indiya Kuliner di Teluk Kuantan
- c. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Caffe Indiya Kuliner di Teluk Kuantan

- d. Untuk mengetahui pengaruh harga, persepsi konsumen dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Caffe Indiya Kuliner di Teluk Kuantan

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Bagi pengelola Caffe

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau informasi bagi pengelola caffe Indiya Kuliner. Dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada keputusan pembelian konsumen.
- b. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya di bidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan seberapa besar pengaruh harga, persepsi konsumen dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.
- c. Bagi peneliti

Sebagai ilmu pengetahuan dibidang ilmu manajemen pemasaran dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku kuliah dan menghubungkannya dengan kenyataan yang terjadi sebenarnya. Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pengetahuan tentang konsep pemasaran khususnya harga, persepsi konsumen dan lokasi.

1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari hal-hal yang melatarbelakangi munculnya judul penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat penulisan dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Merupakan tinjauan pustaka, meliputi konsep harga, persepsi konsumen dan lokasi, konsep keputusan pembelian konsumen, perspektif islam, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, hipotesis dan variable penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Merupakan metodologi penelitian yang digunakan dalam penulisan yang terdiri dari waktu dan tempat penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data dan defenisi operasional variable.

BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Merupakan gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat, visi dan misi perusahaan, dan struktur organisasi.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan tentang analisa harga, persepsi konsumen dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab yang membahas mengenai kesimpulan terhadap analisis yang dapat diambil oleh penulis dan saran yang diberikan penulis untuk perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.