

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di zaman seperti sekarang ini kafe seolah menjadi hal yang populer di kalangan masyarakat. Kafe merupakan suatu tempat yang bergerak dibidang usaha makanan dan minuman yang dikelola secara praktis dengan menawarkan tingkat pelayanan bagi konsumen secara menyeluruh dan ramah. Terjadi perubahan fungsi dalam sebuah kafe yang melahirkan fenomena sosial dan budaya baru. Banyak masyarakat yang memanfaatkan kafe bukan hanya sebagai tempat makan dan minum saja. Tetapi bisa dijadikan sebagai tempat untuk bersantai melepas penat setelah beraktivitas seharian penuh, tempat bersenda gurau bersama teman, keluarga, tempat menyelesaikan pekerjaan seperti rapat bersama klien, bersosialisasi, mengerjakan tugas, dan bahkan menjadi salah satu tempat untuk melakukan *prospecting business* antar eksekutif (gaya hidup).

Kafe dapat memberikan suatu kenyamanan tersendiri bagi para pengunjung dengan berbagai fasilitas yang disediakan. Itulah sebabnya tak heran banyak kafe didirikan dengan berbagai konsep seperti arsitektur bangunan yang unik, dekorasi kafe mengikuti perkembangan zaman yang sesuai dengan minat masyarakat, membuat inovasi pada suatu produk dan fasilitas hiburan seperti musik langsung yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Subianti (1998) dalam Soumokil (2005) menjelaskan bahwa kafe untuk saat ini dipandang sebagai suatu kebutuhan yang bisa mewakili simbol modernisasi. Kafe bukan hanya sebatas tempat konsumen minum kopi saja tetapi aktivitas lain yang merupakan gaya hidup masyarakat saat ini. Suryono dan Suharto (2017) juga berpendapat bahwa harga bukan menjadi faktor pertimbangan utama untuk datang ke kafe, namun suasanalah yang akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan pemikiran dari Sumarwan (2011) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah motivasi dan gaya hidup.

Hasil dari sebuah riset TOFFIN (*Coffee Business Platform*) mengenai perusahaan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri HOREKA (Hotel, Restoran, dan Kafe) di Indonesia menunjukkan bahwa kedai kopi di

Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih 2.950 gerai, meningkat tiga kali lipat dibandingkan tahun 2016 yang masih kurang lebih 1000 gerai. Angka riil mengenai kedai kopi ini bisa jauh lebih besar karena sensus kedai kopi hanya mencakup gerai-gerai berjaringan di kota besar, tidak termasuk ke dalam kedai kopi *independent* yang modern maupun tradisional di berbagai daerah (Hariyanto, 2019).

Jumlah kafe yang ada di Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2022 terdapat empat kafe yang tersebar di beberapa dusun yang ada di Kecamatan Wanareja. Secara lengkap, data kafe tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Kafe di Kecamatan Wanareja Tahun 2022

No	Nama	Alamat
1.	Lesehan 99	Dusun Timbang Desa Jambu
2.	Sadjati <i>Cafe and Coffee</i>	Dusun Jati Desa Tambaksari
3.	Pelita <i>Cafe</i>	Jl. Gatot Subroto Desa Wanareja
4.	Angkringan & <i>Coffee</i> HD555	Dusun Cimalati Desa Madusari

Sumber: Data primer, 2022

Sadjati *Cafe and Coffee* merupakan salah satu kafe di perbukitan daerah Jati Majingklak Desa Tambaksari Kecamatan Wanareja Cilacap. Sadjati *Cafe and Coffee* menjadi salah satu kafe yang cukup terkenal di Kabupaten Cilacap. Jumlah pengunjung Sadjati *Cafe and Coffee* diperkirakan mencapai seribu lima ratus pengunjung per bulannya. Hal ini disebabkan Sadjati *Cafe and Coffee* memiliki keunikan tersendiri karena memadukan alam sebagai konsep utamanya. Selain terkenal dengan konsep alamnya kafe ini memiliki arsitektur bangunan yang khas yaitu sebagian besar material bangunan terbuat dari bata, sehingga kafe ini sering disebut Saung Bata Jati yang merupakan filosofi penamaan Sadjati *Cafe and Coffee*. Fasilitas yang ditawarkan cukup banyak seperti internet dan musik langsung yang akan menambah suasana hati pengunjung menjadi nyaman dan damai. Namun seiring dengan berjalannya waktu, dimana jumlah rumah makan dan kafe semakin bertambah, maka Sadjati *Cafe and Coffee* dihadapkan masalah persaingan yang semakin ketat.

Oleh karena itu, Sadjati *Cafe and Coffee* perlu mengetahui lebih dalam tentang perilaku konsumen yang mengunjungi kafanya. Sumarwan (2011) menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya motivasi dan gaya hidup.

Motivasi merupakan faktor pendorong seseorang untuk melakukan sesuatu hal karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Setiadi (2019) menyatakan bahwa motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang dapat diartikan sebagai dorongan atau menggerakkan. Motivasi sangatlah penting karena motivasi merupakan hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia. Motivasi semakin penting agar konsumen mendapatkan tujuan secara optimum. Sedangkan gaya hidup didefinisikan sebagai pola konsumsi yang mencirikan pilihan seseorang mengenai cara dalam menggunakan waktu dan uangnya (Solomon, 1999).

Gaya hidup dapat dilihat dari aktivitas yang mereka lakukan, ketertarikan akan sesuatu hal, dan pendapat yang mereka lontarkan (Sumarwan, 2011). Berdasarkan pada uraian tersebut, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Sadjati *Cafe and Coffee*”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Bagaimana tingkat motivasi konsumen yang berkunjung ke kafe?
- 2) Bagaimana tingkat gaya hidup konsumen yang berkunjung ke kafe?
- 3) Bagaimana tingkat keputusan pembelian di Sadjati *Cafe and Coffee*?
- 4) Apakah motivasi dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Sadjati *Cafe and Coffee*?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk menganalisis tingkat motivasi konsumen yang berkunjung ke kafe.
- 2) Untuk menganalisis tingkat gaya hidup konsumen yang berkunjung ke kafe.
- 3) Untuk menganalisis tingkat keputusan pembelian di Sadjati *Cafe and Coffee*.
- 4) Untuk menganalisis pengaruh motivasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Sadjati *Cafe and Coffee*.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Penulis, sebagai pengembangan ilmu pengetahuan selama di kampus dengan keadaan nyata yang ada di lingkungan masyarakat.
- 2) Kafe terkait, penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi serta masukan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan pertumbuhan pemasaran.
- 3) Peneliti lain, sebagai bahan masukan bagi suatu lembaga peneliti, perguruan tinggi maupun peneliti-peneliti selanjutnya.