

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner di Indonesia berkembang pesat beberapa tahun terakhir, termasuk di kota Medan. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan restoran yang semakin masif di kota Medan. Perkembangan bisnis kuliner tidak terlepas dari faktor bahwa bisnis ini menyangkut kebutuhan pokok manusia, sehingga dapat dikatakan sebagai bisnis abadi. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat menjadi peluang besar dalam bisnis kuliner. Salah satu pelaku bisnis kuliner yang memanfaatkan peluang tersebut adalah Mak Yung Coffee & Cafe.

Sebelum menjadi sebuah kafe, Martabak Mak Yung merupakan sebuah usaha kaki lima yang berada di Jalan Serdang atau Jalan Prof. H.M. Yamin SH yang didirikan sejak tahun 1990-an oleh Muhammad Hasan. Mak Yung Coffee & Cafe merupakan usaha keluarga yang dikembangkan oleh Bapak Razak anak dari Bapak Hasan sejak kurang lebih tiga tahun yang lalu, tepatnya pada Juni 2013. Mak Yung Coffee & Cafe berlokasi di Jalan Halat No. 44 DE Medan. Lokasi ini strategis, karena berada tepat di pinggir jalan raya yang menghubungkan beberapa jalan utama seperti Jalan A.R. Hakim, Jalan Juanda, dan Jalan Sisingamangaraja.

Mak Yung Coffee & Cafe memiliki suasana yang nyaman dan cocok untuk segmentasi yang dituju yaitu anak muda. Beberapa fasilitas menambah kelengkapan kefe ini sehingga membuat konsumen betah berlama-lama didalamnya. Fasilitas tersebut diantaranya adalah akses gratis ke jaringan *wi-fi*,

alunan musik yang selalu terdengar dan *live music* setiap akhir pekan, televisi kabel, *musholla*, dan *free meeting room*.

Di sepanjang Jalan Halat juga banyak terdapat usaha yang bergerak dibidang kuliner dan *fashion* yang menyasar berbagai kalangan khususnya anak muda, seperti beberapa kafe, *coffee shop*, restoran, dan outlet distro, sehingga menjadikan kawasan ini sebagai tempat berkumpul dan bersosialisasi bagi anak muda. Dengan banyaknya restoran yang berada di kawasan Jalan Halat maka konsumen memiliki alternatif dalam membuat keputusan pembelian.

Jumlah Keragaman produk pada suatu restoran menjadi salah satu hal yang sering diperhatikan oleh para konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Kepuasan tentang penempatan produk berkaitan dengan ketersediaan produk atau keragaman produk dengan jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat (Tjiptono, 2005:73). Menurut Kotler dan Keller (2007:15) keragaman produk adalah jenis atau macam produk yang ada di sebuah toko. Keragaman produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan mulai dari rasa, bentuk, warna, kemasan, serta ketersediaan produk tersebut di lokasi penjualan. Semakin beragam jenis produk di suatu tempat, maka konsumen akan semakin puas karena diberikan banyak pilihan dan membuka peluang konsumen akan datang kembali. Mak Yung Coffee & Cafe memiliki keragaman menu yang lengkap mulai dari menu spesial seperti martabak, *main course*, makanan ringan atau cemilan, dan berbagai jenis minuman. Namun produk atau menu yang terlalu banyak dan beragam juga memiliki sisi negatif yaitu dapat membuat konsumen

merasa bingung dalam menentukan pilihan dan dapat mempengaruhi kecepatan pelayanan. Berikut ini merupakan keragaman menu Mak Yung Coffee & Cafe.

Tabel 1.1
Keragaman Produk Mak Yung Coffee & Cafe

No.	Menu	Harga (Ribu)	No.	Menu	Harga (Ribu)
Main Course:			Special Menu:		
1	Ikan Bawal, Gurami, Kerapu:	50	Martabak Makyung		
	a. Asam Manis	50	1	Martabak Makyung Halat	28
	b. Asam Pedas	50	2	Martabak Telur	16
	c. Taicho Pedas	50	3	Martabak Mesir	18
	d. Saos Padang	50	4	Martabak Seafood	20
	e. Steam Ala Makyung	50	5	Martabak Daging	25
	f. Bakar	50	6	Martabak Ayam	19
2	Ayam Penyet	22	7	Martabak Mushroom	18
3	Ayam Penyet Komplit	25	8	Martabak Makyung Nori	28
4	Ayam Goreng Pecak Pedas	20	9	Martabak Makyung Lava	30
5	Ayam Goreng Rica-Rica	20	10	Martabak Makyung Panggang	35
6	Ayam Goreng Cabe Ijo	20	Sayuran Segar:		
7	Ayam Goreng Lengkuas	25	1	Kangkung Polos	12
8	Hot Plate Seafood	25	2	Kangkung Sambal Terasi	15
9	Hot Plate Ayam	25	3	Cap-cay Goreng	18
10	Nasi Goreng Hot Plate	25	4	Brokoli Saus Tiram	20
Special Nasi Goreng:			5	Brokoli Seafood	25
1	Nasi Goreng Makyung	25	6	Lalapan Segar	15
2	Nasi Goreng Cabai Ijo	18	Soup Maknyos:		
3	Nasi Goreng Melayu	18	1	Soup Ayam	18
4	Nasi Goreng Seafood	23	2	Soup Daging	23
5	Nasi Goreng Kampung	20	3	Soup Buntut	35
6	Nasi Goreng Kare	18	4	Soup Buntut Goreng	35
7	Nasi Goreng Bakar	18	5	Soup Buntut Panggang	35
8	Nasi Goreng Kambing	25	6	Vegetable Soup	18
9	Mie Goreng Indonesia	22	7	Soup Ikan	20
10	Mie Tiaw Goreng Polos	20	Steak:		
11	Mie Tiaw Goreng Seafood	23	1	Steak Ayam	22
12	Ifu Mie Goreng Seafood	23	2	Steak Sapi	30
13	Ifu Mie Goreng Binjai	23	3	Steak Udang	25
14	Ifu Mie Kuah	22	4	Steak Tempe	18
Snack:			5	Steak Cumi	25
1	French Fries	19	Susu Segar:		
2	Mayonaise Potato	21	1	Vanila Milk	21
3	Potato Skin	21			
4	Pisang Goreng Gaul	17			

5	Pisang Goreng Crispy	17
6	Pisang Goreng Original	17
7	Chicken Nugget	21
8	Fish Fingers	21
9	Chicken Fingers	21
10	Tahu Goreng Tepung	15
11	Tahu Goreng Isi	17
12	Tahu Goreng Crispy	15
13	Tempe Goreng Tepung	12
14	Tempe Goreng Original	12
15	Pancake	19
16	Waffle Ice Cream	19
17	Sosis Bunga Mawar	17
18	Sate Sosis	17
19	Siomay Goreng	19
20	Lumpia Goreng	19
21	Ubi Saos Putih	17
22	Ubi Panggang Caramel	17
23	Ubi Goreng Original	15
24	Cheker Goreng	17
25	Chicken Wing	17
26	Ubi Saos Merah	17
27	Roti Cane Gula	8
28	Roti Cane Coklat	12

Speciality Smoothies

1	Green Smoothies	20
2	Banana Smoothies	20
3	Mango Smoothies	20
4	Pink Paradise	20

Coffee Latte

1	Mocha Latte	16
2	Rum Latte	18
3	Vanila Latte	18
4	Caramel Latte	18

Coffee Corner

1	Espresso	10
2	Ginger Coffee	12
3	Americana	12
4	Coffee Milk	12
5	Hot Capucino	15
6	Black Forest Coffee	17
7	Caramel Machiato	17

Chocolate Corner

1	Hot Milo	13
---	----------	----

2	Chocolate Milk	22
3	Strawberry Milk	23
4	Caramel Milk	22
5	Milo Milk	20
6	Mango Milk	23
7	Banana Milk	20
8	Hazelnut Milk	24
9	Milo Cookies Milk	24
10	Cookies Milk	22
11	Blueberry Milk	20
12	Espresso Milk	21
13	Green Milk	23
14	Orange Milk	21

Special Blended:

1	Frostycinno	20
2	Frostycinno Caramel	22
3	Frostycinno Monkey	22
4	Frostycinno Cookies	22
5	Frosty Chocolate Coffee	22
6	Frappucino Coffee	22
7	Frostycinno Hazelnut	23
8	Frosty Avocado Coffee	24
9	Frosty Reyko Berri	24
10	The Gunner	28

Speciality Squash

1	Lemon Berry	15
2	Tiramisu	17
3	Creamy Yummy	17
4	Sexy Purple	17
5	Deep Blue Sea	17
6	Caramel Mango	19

Fresh:

1	Apple	16
2	Mango	16
3	Avocado	16
4	Orange	16
5	Semangka	16
6	Melon	16
7	Terong Belanda	16
8	Sirsak	16
9	Mix Juice	18
10	Dragon Fruit	20

Additional

1	Mineral Water	7
---	---------------	---

2	Hot Chocolate	14
3	Creamy Chocolate	15
4	Ice Coco Caramel	15
5	Ice Chocolate	15

Authentic: Milk Tea		
1	Strawberry Milk Tea	16
2	Vanila Milk Tea	16
3	Hazelnut Milk Tea	16
4	Caramel Milk Tea	18

Fresh Tea		
1	Black Tea	16
2	Mango Tea	16
3	Grape Tea	16
4	Lychee Tea	16

2	Ice Cream Single Scoop	9
3	Ice Cream Bar-Bar Yellow	21

Tea Corner		
1	Hot/ Ice Tea	10
2	Green Tea	12
3	Lemon Tea	15
4	Honey Ice Tea	13
5	Honey Milk Tea	15
6	Vanila Ice Tea	15
7	Blue Ice Tea	15

Cold Drinks		
1	Longan Lyche	16
2	Longan Cincau	16
3	Cinderella	17,5

Sumber : Mak Yung Coffee & Cafe Medan 2016

Bisnis kuliner tidak dapat berdiri sendiri tanpa memperhatikan pelayanan yang mereka berikan. Pelayanan merupakan ujung tombak dari bisnis kuliner selain cita rasa makanan yang ditawarkan, sehingga kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai salah satu syarat kesuksesan dalam bisnis kuliner. Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh untuk menambah konsumen baru atau berpotensi menghilangkan pelanggan lama. Banyaknya pelaku bisnis kuliner di kawasan Jalan Halat dan fakta bahwa Mak Yung Coffee & Cafe merupakan kafe yang baru berdiri selama kurang lebih tiga tahun, membuat kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang mendapat perhatian khusus dari para konsumen. Kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan dari suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml et al, 1998 dalam Santoso dan Widowati, 2011:182). Apabila konsumen memiliki persepsi yang baik atau merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka

konsumen akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan rekomendasi kepada orang-orang terdekatnya.

Untuk menjaga kualitas pelayanan kepada para konsumennya, Mak Yung Coffee & Cafe menerapkan standar pelayanan bagi para karyawannya dengan menyapa konsumen begitu memasuki kafe, mendampingi konsumen dari saat konsumen menentukan pilihan tempat duduknya hingga memberikan buku menu kepada konsumen dan para karyawan harus menerapkan pelayanan yang ramah kepada setiap konsumen. Namun hal ini masih dirasakan kurang maksimal, karena ada beberapa karyawan yang tidak menerapkan standar seperti yang diberikan oleh pihak manajemen.

Mak Yung Coffee & Cafe bekerjasama dengan beberapa perusahaan seperti Alfamart, Deal Medan, dan Gojek. Hal tersebut dilakukan untuk menambah kualitas pelayanan kepada konsumen, seperti konsumen akan mendapatkan diskon dengan jumlah tertentu apabila memiliki *member card* Alfamart, atau memiliki *voucher* dari Deal Medan. Bekerjasama dengan perusahaan Gojek dilakukan demi memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan pembelian melalui layanan *Go Food*.

Lokasi merupakan faktor yang sangat penting bagi sebuah usaha. Selengkap apapun menu yang ditawarkan dan sebaik apapun pelayanan yang diberikan, apabila lokasi yang ditempati tidak strategis maka usaha tersebut tidak dapat berkembang dan bertahan. Menurut Hanif (2001) tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi sebuah perusahaan. Mak Yung Coffee & Cafe terletak di Jalan Halat yang mudah dijangkau karena

merupakan jalan utama, dan memiliki akses langsung terhadap transportasi umum. Meskipun baru berdiri selama kurang lebih tiga tahun, namun Mak Yung Coffee & Cafe sudah menjadi tempat yang banyak dikunjungi dan menjadi salah satu alternatif tempat makan atau tempat bersosialisasi di sekitar kawasan Jalan Halat. Fenomena ini pula yang menjadikan Mak Yung Coffee & Cafe menarik untuk diteliti. Berikut ini merupakan data frekuensi kedatangan konsumen Mak Yung Coffee & Cafe pada Agustus 2015 hingga Januari 2016.

Tabel 1.2
Frekuensi Kedatangan Konsumen Mak Yung Coffee & Cafe
Agustus 2015 – Januari 2016

Tahun	Bulan	Frekuensi Kedatangan Konsumen	
		Jumlah	Reservasi
2015	Agustus	1.111	15
	September	1.028	22
	Oktober	1.283	27
	November	781	18
	Desember	1.040	50
2016	Januari	2.112	20

Sumber : Manajemen Mak Yung Coffee & Cafe Medan 2016

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah konsumen Mak Yung Coffee & Cafe berfluktuasi setiap bulannya selama enam bulan terakhir. Hal ini dipengaruhi oleh kegiatan dan kondisi cuaca yang ada pada bulan – bulan tertentu. Mak Yung Coffee & Cafe memiliki dua suasana kafe yang dapat menjadi alternatif bagi konsumennya yaitu dengan adanya konsep *indoor* dan *outdoor*, dan yang paling diminati konsumen adalah konsep *outdoor*, sehingga perubahan cuaca dapat mempengaruhi jumlah konsumen setiap harinya. Seperti pada bulan November jumlah konsumen mengalami penurunan yang cukup drastis, hanya

sebanyak 781 konsumen. Hal ini disebabkan karena pada bulan tersebut kondisi cuaca kurang baik karena tingginya curah hujan. Sedangkan pada bulan Januari terdapat peningkatan jumlah pengunjung sebanyak dua kali lipat dari bulan sebelumnya yaitu 2.112 konsumen, ini merupakan jumlah pengunjung terbanyak dalam enam bulan terakhir. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah gencarnya promosi yang dilakukan oleh Mak Yung Coffee & Cafe melalui berbagai cara termasuk melalui media sosial dan penawaran berbagai menu paket hemat.

Keputusan pembelian merupakan perilaku yang dilakukan oleh individu-individu yang berbeda. Individu adalah konsumen yang berpotensi untuk membeli suatu produk tertentu yang ditawarkan oleh perusahaan atau ditemukan dipasar. Konsumen bebas memilih produk yang dibutuhkan atau diinginkan. Pasar sebagai pihak yang menawarkan berbagai produk kepada konsumen harus dapat menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian, mengetahui persepsi konsumen dalam menilai sesuatu yang berpengaruh dalam pembelian sehingga pemasar dapat merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Adanya peluang pasar yang besar di sekitar kawasan Jalan Halat karena jalan ini merupakan jalan raya yang dekat dengan beberapa sekolah, kawasan perkantoran dan kampus membuat banyak bermunculan tempat makan atau restoran baru. Sekolah dan kampus yang dekat dengan lokasi ini diantaranya adalah SMK Telkom Shandy Putra 2, SMK Kesatria, Sekolah Tinggi Teknik Harapan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Medan, dan Universitas Muhamadiyah

Sumatera Utara. Banyaknya tempat makan atau restoran baru tersebut dikarenakan bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjanjikan dan tidak ada habisnya. Selama manusia masih membutuhkan makanan, maka selama itu pula tempat makan atau restoran akan hadir sebagai alternatif dalam menyediakan kebutuhan akan makanan. Selain itu bisnis kuliner juga berkembang pesat di Indonesia, karena selain sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan akan makanan, tempat makan atau kafe yang ada juga sering kali dijadikan sebagai tempat berkumpul atau tempat bersosialisasi bagi kebanyakan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul : **“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Bagaimana keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.
2. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.
3. Bagaimana lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.

4. Bagaimana keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.
5. Bagaimana promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.
6. Bagaimana pengelolaan manajemen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.
7. Bagaimana harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu dan keluasan materi, maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah “pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Apakah terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan?

3. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan?
4. Apakah terdapat pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Mak Yung Coffee & Cafe Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori-teori yang pernah diperoleh di saat perkuliahan dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan, terutama

menyangkut masalah pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dan tambahan informasi bagi Mak Yung Coffee & Cafe Medan dalam mengambil tindakan apapun yang berkaitan dengan konsumen.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan referensi kepustakaan dibidang manajemen pemasaran khususnya mengenai keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.

4. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat menjadi alternatif rujukan bagi peneliti lainnya dengan konsep penelitian yang sejenis.