

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu minuman yang banyak diminati oleh masyarakat, khususnya para remaja dan orang tua. Dewasa ini konsumsi kopi di masyarakat mulai menjamur dan sudah menjadi *trend*, bagi yang sudah kecanduan, kopi menjadi minuman pokok (Rasmikayanti, 2017). Kedai kopi (*Coffe Shop*) menjadi pilihan untuk menikmati kopi, sehingga banyak kedai kopi (*Coffe Shop*) yang berlomba lomba untuk menawarkan *service* terbaik untuk memuaskan konsumen yang pada akhirnya konsumen terus mengunjungi kedai kopi (*Coffe Shop*).

Pelaku usaha kedai kopi (*Coffe Shop*) harusnya bisa memenangkan persaingan antar kedai kopi (*Coffe Shop*) agar tetap eksis dan tetap memberikan pelayanan terbaiknya. Salah satu caranya pelaku usaha kedai kopi (*Coffe Shop*) yang cerdas akan mencoba memahami bagaimana perilaku konsumen. Memahami Perilaku konsumen merupakan proses yang dilakukan oleh konsumen dalam hal pengambilan keputusan pembelian yang dimulai dari timbul rasa butuh hingga perasaan pasca pembelian (Taan, 2017).

Pendekatan perilaku konsumen mengajarkan agar pemasar cenderung mempunyai orientasi lebih kepada konsumen (*consumer-driven orientation*) dan tidak hanya sekedar memasarkan apa yang diproduksi (*sales-oriented approach*). Dengan pendekatan kepada konsumen, suatu produk diciptakan dengan sejumlah manfaat yang diberikan kepada sekelompok konsumen (Assael, 2004).

Informasi yang cukup mengenai perilaku konsumen seperti pemberi petunjuk yang berharga, mempelajari keinginan, kebutuhan konsumen yang akan berdampak pada pemahaman seorang pemasar. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen itu sendiri adalah budaya, sosial, pribadi, dan psikologis (Kotler dan Keller, 2007).

Perilaku konsumen menggambarkan suatu proses yang berkesinambungan, dimulai dari ketika konsumen belum melakukan pembelian, saat melakukan pembelian, dan setelah pembelian terjadi sehingga hubungan antara satu tahap dengan tahapan lainnya menggambarkan pendekatan proses pembuatan keputusan oleh konsumen (Suprapti, 2010).

Kabupaten Sumenep merupakan kabupaten ujung timur pulau Madura, Provinsi Jawa timur. Dahulu Kabupaten Sumenep dikenal sebagai kerajaan yaitu kerajaan *Songennep*. Dinamika perkembangan zaman telah mengubah dimensi masyarakat adat menjadi masyarakat global yang berdampak terhadap gaya hidup seseorang termasuk dalam memenuhi kebutuhan hiburan. Rutinitas yang cukup tinggi mengakibatkan minimnya kesempatan untuk memikirkan hiburan.

Sementara hal tersebut sangat penting dalam memperoleh keseimbangan hidup yang menjanjikan, sehingga munculah banyak *coffee shop* yang menawarkan konsep *one stop shopping*. pengunjung dapat memperoleh keinginannya sekaligus dalam satu tempat misalnya pengunjung dapat menikmati hiburan yang disediakan di *coffee shop* tersebut sambil menikmati hidangan yang disediakan sekaligus sambil bekerja dengan memanfaatkan fasilitas *hotspot* atau

wifi yang kini banyak ditawarkan di *coffee shop* di Kabupaten Sumenep dimana banyak kelas menengah berada dalam hal ini termasuk pelajar dan mahasiswa.

Banyaknya *Coffe Shop* atau kedai kopi yang berada di kabupaten Sumenep memberikan persaingan antar *Coffe Shop* di Sumenep menjadi semakin ketat. Munculnya persaingan baru menyebabkan naik turunnya omset penjualan, sehingga pembisnis *coffe shop* tidak hanya mampu menjual produknya, akan tetapi harus berinovasi, kreatif dan mampu membaca kebutuhan konsumen dan bisa bersaing dengan *coffe shop* yang lain. Yang pada akhirnya akan bertahan dan mampu meningkatkan omset penjualan.

Oleh sebab itu, perlu adanya penelitian mengenai Faktor – Faktor Perilaku Konsumen *Coffe Shop* di Kabupaten Sumenep.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dirumuskan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

1. Faktor apa yang dipertimbangkan konsumen pengunjung *coffe shop* di Kabupaten Sumenep?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor faktor yang dipertimbangkan konsumen pengunjung *coffe shop* di Kabupaten Sumenep.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. **Bagi peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambahan pengetahuan dan wawasan sebagai aplikasi teori yang diperoleh ketika belajar di bangku kuliah.

**b. Bagi produsen**

Sebagai sumbangan pemikiran dan referensi peluang bisnis.

**c. Bagi pembaca**

Sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang sejenis.

