

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Perilaku didasari oleh niat dari manusia tersebut. Niat adalah perilaku yang dipengaruhi oleh niat untuk membentuk perilaku dan niat berfungsi pada sikap dari perilaku dan norma subjektif (Ajzen dan Fishbein, 1980). Sebuah niat sendiri bisa ditujukan pada banyak kegiatan yang akan dilakukan dan salah satunya adalah keputusan pembelian. Ini juga yang akan dibahas oleh penulis. Dan lingkup yang diambil adalah sebuah kafe. Seorang pembeli pada suatu kafe akan membeli produk yang disediakan yang dipengaruhi oleh niat membeli produk tersebut. Bagaimana nantinya kita bisa melihat alasan-alasan apasajakah yang membuat seorang pembeli memutuskan untuk membeli suatu produk. Beberapa hal yang memengaruhi niat membeli tersebut adalah sikap dan norma subjektif perilaku orang tersebut. Perilaku pembeli tersebut juga tentang bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2009). Oleh karena itu salah satu hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan adalah menguatkan niat pembeli untuk membuat keputusan pembelian.

Fenomena mewabahnya usaha kafe di Indonesia sekarang sudah tersebar dimana-mana termasuk yang terbesar ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sangat banyak sekali kafe yang terdapat di Yogyakarta membuat tingkat persaingan sangat tinggi. Ini membuat ada beberapa kafe yang berdiri namun tidak kuat bertahan lama. Atau mungkin mampu bertahan namun mendapat kerugian yang besar. Ditambah lagi dengan mulai masuknya budaya media sosial. Orang-orang melihat ketertarikan membeli suatu barang karena melihat dari media

sosial. Dan salah satu pengaruh dari budaya seperti ini adalah cepat naik dan turunnya pengunjung suatu kafe. Tingkat ketertarikan yang tinggi dan juga sebanding dengan tingkat kebosanan yang tinggi membuat semua kafe yang ada harus terus memutar otak untuk menaikkan laba suatu kafe sehingga bisa selalu menarik perhatian.

Fenomena tersebut juga terjadi di kafe Original coffee shop 107 yang terdapat di Balecatur, Sleman, Yogyakarta. Awal mula dibangunnya kafe pada tahun 2016, kafe ini mendapatkan sambutan hangat dari para pecinta kafe. Kafe ini dapat meraup keuntungan yang cukup besar yaitu antara Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 per hari. Namun lambat laun mulai ada penurunan keuntungan yang terjadi. Dan ini menjadi permasalahan bagi manajemen kafe.

Tabel 1.1 Pendapatan bersih Kafe Original Coffee 107

Tahun	Pendapatan
2016	Rp 110.890.000
2017	Rp 5.015.000
2018	(-Rp 17.000.000)

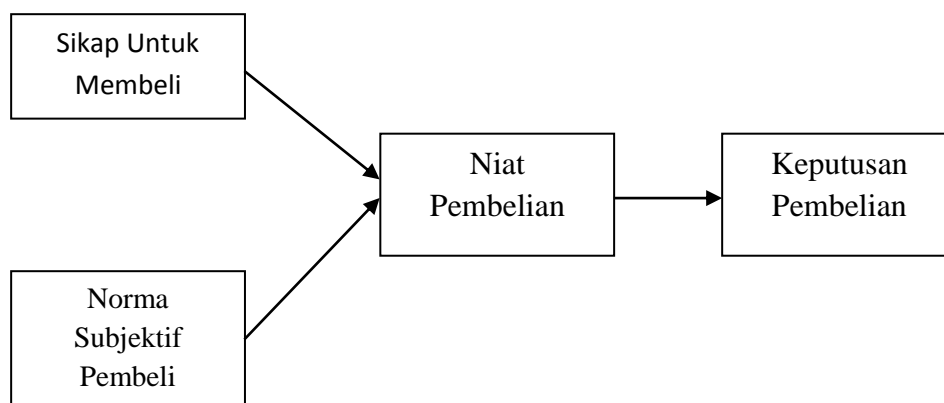
Untuk menaikkan keputusan pembelian yang nantinya akan berpengaruh pada laba kafe maka kafe harus mengetahui apa sajakah yang membuat niat pembeli meningkat untuk membeli produk yang disediakan kafe.

Penelitian akan menganalisa keputusan pembelian (*buying decision*). Keputusan pembelian sendiri mempunyai pengertian yaitu keputusan pembelian seorang pembeli terhadap produk yang disediakan oleh kafe. Keputusan pembelian disini dipengaruhi oleh niat

beli pelanggan berdasarkan dengan teori aksi dan reaksi (*Theory of Reasoned and Action*). Niat pembelian (*purchasing intention*) sendiri adalah hal yang mempengaruhi perilaku seorang manusia untuk melakukan suatu keputusan suatu pembelian produk, yang didalamnya dipengaruhi oleh beberapa hal. Niat sendiri dipengaruhi oleh dua hal yaitu sikap untuk membeli (*attitude to buy*) dan norma subjektif seorang pembeli (*subjective norm of the buyer*). Sikap untuk membeli ini dipengaruhi oleh kepercayaan (*beliefs*) dan juga evaluasi (*evaluation*). Untuk norma subjektif sendiri dipengaruhi oleh norma kepercayaan (*normative beliefs*) dan motivasi untuk membeli (*motivation to buy*).

Pengambilan model penelitian ini dari *theory of reasoned action*. Hal ini disebabkan adanya kecocokan antara teori dengan keputusan pembelian karena teori ini menggabungkan tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif. Teori ini akan membahas tentang niat yang dipengaruhi sikap dan norma subjektif yang nantinya akan terlihat pengaruhnya terhadap niat untuk keputusan pembelian. Adapun model penelitian ini yaitu :

Gambar 1.1 Model penelitian



Dari model penelitian dan kasus yang diangkat dapat terlihat bahwa *theory of reasoned action* dapat melihat sikap dan norma terhadap niat pada keputusan pembelian suatu

produk. Maka dari itu peneliti memilih judul “Analisis Pengaruh *Attitude To Buy* Dan *Subjective Norm of Buyer* Terhadap *Purchase Intention* pada *Buying Decision* Di Kafe Original Coffee Shop 107”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Keputusan pembelian pada kafe Original Coffee 107 yang menentukan laba yang akan diperoleh oleh kafe. Maka mengetahui niat apakah yang mendorong keputusan pembelian pada kafe harus diteliti. Dan apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian tersebut. Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka pertanyaan untuk penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh sikap terhadap niat pembelian
2. Bagaimana pengaruh norma pembeli terhadap niat pembelian
3. Bagaimana pengaruh niat pembelian terhadap keputusan pembelian
4. Bagaimana pengaruh sikap dan norma pembeli terhadap niat dalam keputusan pembelian

## **1.3 Batasan dan Ruang lingkup Penelitian**

Dari rumusan masalah diatas, Penulis menyadari bahwa perlu adanya pembatasan masalah dalam melakukan penelitian agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas. Adapun batasan masalah tersebut adalah ditujukan kepada Manajemen kafe.

## **1.1 Tujuan Penelitian**

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh sikap terhadap niat pembelian
2. Mengetahui pengaruh norma pembeli terhadap niat pembelian
3. Mengetahui pengaruh niat pembelian terhadap keputusan pembelian
4. Mengetahui pengaruh sikap dan norma pembeli terhadap niat dalam keputusan pembelian

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti Sarana untuk mengaplikasikan teori-teori yang didapatkan dari perkuliahan serta jurnal yang ada, sehingga meningkatkan pemahaman terhadap teori dan kenyataan yang ada pada kehidupan sesungguhnya.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi manajemen dalam meningkatkan tingkat penjualan produk.
3. Bagi Ilmu Pengetahuan, dapat digunakan dalam pengembangan teori mengenai norma subjek, sikap dan niat terhadap keputusan pembelian.

## 1.5 Kerangka Penulisan Skripsi

Penelitian ini akan disusun dalam lima bab dengan tahapan sebagai berikut :

- Bab I : Penjelasan latar belakang mengapa peneliti mengambil skripsi dan menjelaskan tentang masalah apa saja yang dihadapi sehingga mengambil judul penelitian ini. Di bab ini juga menjelaskan tentang tujuan dan manfaat penelitian.
- Bab II : Menjelaskan tentang teori-teori yang bersangkutan dengan penelitian. Bab ini juga menjelaskan tentang hasil-hasil penelitian terdahulu.
- Bab III : Bab ini berisi tentang objek dan metode penelitian yang diambil.
- Bab IV : Menguraikan gambaran umum unit observasi data dan variabel/konsep, penelitian, perusahaan, daerah, lokasi, proses, atau sejenisnya, serta menguraikan analisis dan pembahasan hasil penelitian.
- Bab V : Dalam bab ini dikemukakan secara singkat kesimpulan, mencakup jawaban yang diperoleh dari interpretasi data yang merupakan jawaban terhadap permasalahan penelitian, nilai lebih dan kelemahan dari penelitian yang telah dilakukan. Penulisan saran, berangkat pada kelemahan baik proses dari penelitian yang dilakukan maupun kelemahan terkait temuan penelitian, dan merupakan pemecahan masalah.
- Daftar Pustaka : Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi ini.

Lampiran : Berisi tentang lampiran data pelengkap dari penelitian ini.