



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN – PT NO : 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian Oleh Konsumen Diskus *Cafe and Bites* dikota
Bandung**

Skripsi

Oleh

Nabila Ulfah

2016320216

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN – PT NO : 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian Oleh Konsumen Diskus Cafe and Bites dikota
Bandung**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Nabila Ulfah

2016320216

Pembimbing

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Nabila Ulfah
Nomor Pokok : 2016320216
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Oleh
Konsumen Diskus Cafe & Bites dikota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana Pada
Kamis, 07 Januari 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 


Pembimbing

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M

: 

Anggota

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Nabila Ulfah
Nomor Pokok : 2016320216
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian Oleh Konsumen Diskus Cafe and Bites dikota Bandung

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung, 25 Agustus 2020
Pembimbing,

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Adminirtasi Bisnis

3 September 2020

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini :

Nama : Nabila Ulfah

NPM : 2016320216

Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Diskus *Cafe and Bites* dikota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 25 Agustus 2020



Nabila Ulfah

ABSTRAK

Nama : Nabila Ulfah
NPM : 2016320216
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Diskus *Cafe & Bites* dikota Bandung.

Perkembangan bisnis kuliner di kota Bandung saat ini memiliki perhatian lebih dan cenderung meningkat dari segi kualitas maupun kuantitas. Seperti yang kita ketahui pangan merupakan kebutuhan dasar manusia. Selain restoran dan warung makanan, yang dapat memenuhi kebutuhan pangan kita adalah *Cafe*. Hal tersebut menjadi peluang tersendiri bagi para pelaku bisnis kuliner, salah satunya ialah Diskus *Cafe & Bites*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian oleh konsumen Diskus *Cafe & Bites*. Dimana variabel independen yaitu Bauran Pemasaran (X) dan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Jenis penelitian ini adalah penelitian hubungan sebab akibat dengan analisis kuantitatif, menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Diskus *Cafe & Bites*, dan hasilnya akan diolah sesuai dengan teknis analisis data yang digunakan.

Berdasarkan analisis data statistic yang diolah dengan *Software* SPSS, diperoleh hasil indicator – indicator pada penelitian ini bersifat valid dan kedua variabel bersifat reliabel. Pada pengujian hipotesis diperoleh $t_{hitung} (12,010) > t_{tabel} (1,985)$ maka terdapat pengaruh signifikan antara bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Variabel bauran pemasaran memberikan kontribusi pengaruh sebesar 59,5% terhadap variabel keputusan pembelian, sedangkan sebanyak 40,5% sisanya merupakan kontribusi pengaruh yang diberikan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Diperoleh Kesimpulan berdasarkan tabel tanggapan responden bahwa bauran pemasaran di Diskus *Cafe & Bites* berdasarkan garis kontinum termasuk dalam kategori baik, untuk proses keputusan pembelian pada Diskus *Cafe & Bites* berdasarkan garis kontinum termasuk dalam kategori baik. Dari tabel peringkat dengan pernyataan yang memiliki skor paling rendah, penulis menyarankan kepada pihak Diskus *Cafe & Bites* untuk memanfaatkan beberapa platform review yang memberikan ulasan – ulasan menarik terkait Diskus *Cafe & Bites*. Ulasan tersebut akan meyakinkan para calon konsumen untuk mengunjungi Diskus *Cafe & Bites*.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Proses Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Nabila Ulfah
NPM : 2016320216
Title : *The Effect of Marketing Mix on Purchasing Decisions by Consumers of Diskus Cafe & Bites in the city of Bandung.*

The development of the culinary business in the city of Bandung currently has more attention and tends to increase in terms of quality and quantity. As we know, food is a basic human need. In addition to restaurants and food stalls, which can meet our food needs is a cafe. This is an opportunity for culinary business people, one of which is Diskus Cafe & Bites.

This study aims to measure how much influence the marketing mix has on the purchasing decision process by consumers of Discus Cafe & Bites. Where the independent variable is Marketing Mix (X) and the dependent variable is Purchasing Decision (Y). This type of research is a causal relationship research with quantitative analysis, using a survey method by distributing questionnaires to 100 respondents who are consumers of Discus Cafe & Bites, and the results will be processed according to the data analysis technique used.

Based on statistical data analysis processed with software SPSS, the results of the indicators in this study are valid and the two variables are reliable. In testing the hypothesis, it is obtained $t_{count} (12.010) > t_{table} (1.985)$, so there is a significant influence between the marketing mix on the consumer purchasing decision process. The marketing mix variable contributed 59.5% to the purchasing decision variable, while the remaining 40.5% was the contribution of the influence given by other factors which were not examined in this study.

The conclusion is obtained based on the table of respondents responses that the marketing mix at Discus Cafe & Bites based on the continuum line is in the good category, for the purchasing decision process at Discus Cafe & Bites based on the continuum line is in the good category. From the ranking table with the statement that has the lowest score, the author suggests that Diskus Cafe & Bites take advantage of several review platforms that provide interesting reviews related to Diskus Cafe & Bites. This review will convince potential customers to visit Diskus Cafe & Bites.

Keywords: Marketing Mix, Purchasing Decision Process

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat serta limpahan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Diskus Café & Bites “

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (Strata 1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, pengarahan dan bantuan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, antara lain :

1. Allah S.W.T yang telah memberikan kekuatan, Kesehatan dan kelancaran untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
2. Bapak Dr. James Rianto Situmorang, Drs., MM. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan guna mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
5. Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan berbagai ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

6. Pihak Diskus Cafe & Bites sebagai objek penelitian yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian ini.
7. Orang tua penulis Zulham Yahya,S.E., MM dan Hartati Mulyani, abang penulis Ahmad Taufik Yahya, S.E dan juga adik penulis Jihan Mastura yang terus memberikan motivasi kepada penulis.
8. Seluruh sahabat penulis yang telah berjuang bersama – sama untuk menjadi seorang sarjana, Maria Putri, Nabila Adiwasono, Nicky Putri, Pradya Puruhita, Azahra Awaniz, Nur Zihan, Ferian, Haura Athaya, Fatur, Uci, Opal, Novi, Prisa, Loren, Alizar dan seluruh teman – teman pejuang adbis.
9. Seluruh sahabat penulis di organisasi Unpar Radio Station, yang sudah menemani masa – masa kuliah penulis dan telah memberikan pengalaman dan pelajaran mengenai dunia broadcasting.
10. Kepada teman semasa SMA penulis yang turut memberikan dukungan yang positif, Avi, Wina, Tika, Yasmin, Alif, Yuyun, Taufik dan Citra.
11. Serta kepada seluruh pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang ikut turut membantu dan memberi kesan yang baik kepada penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri, pihak Diskus Cafe & Bites, pembaca dan pihak lain yang membutuhkan, serta untuk menjadi referensi tambahan akademis Universitas Katolik Parahyangan.

Bandung, 25 Agustus 2020

Penulis,

Nabila Ulfah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II.....	10
KERANGKA TEORI	10
2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.3 Bauran Pemasaran	13
2.3.1 Product (Produk)	15

2.3.2 Price (Harga)	16
2.3.3 Place (Tempat)	17
2.3.4 Promotion (Promosi).....	18
2.3.5 People (Orang)	18
2.3.6 Process (Proses)	20
2.3.7 Physical Evidence (Bukti Fisik).....	20
2.4 Perilaku Konsumen	23
2.5 Keputusan Pembelian.....	23
2.5.1 Indikator dalam Pengambilan Keputusan	27
2.6 Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian	28
2.7 Penelitian Terdahulu	28
2.8 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Jenis Penelitian.....	32
3.3 Model Penelitian	33
3.4 Pengumpulan Data	34
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.2 Skala pengukuran	34
3.5 Populasi & Sampel.....	35
3.5.1 Variabel Penelitian	36
3.5.2 Variabel Independent	36

3.5.3 Variabel Dependen	36
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Uji Validitas	41
3.7.2 Uji Realibilitas	43
3.8 Penguji Asumsi Klasik.....	43
3.8.1 Uji Normalitas	44
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.9 Regresi Linier Sederhana	45
3.10 Koefisien Kolerasi.....	46
3.11 Koefisien Determinasi.....	47
3.12 Uji Hipotesis.....	48
BAB IV	50
OBJEK PENELITIAN	50
4.1 Sejarah Diskus Cafe and Bites	50
4.2 Profil Diskus Cafe & Bites.....	51
4.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	51
4.4 Bauran Pemasaran di Diskus Cafe & Bites.....	51
4.5 Stuktur Organisasi.....	54
4.6 Deskripsi Tugas.....	54
4.6.1 Owner.....	54
4.6.2 Barista	55

4.6.3 Kitchen	55
4.6.4 Cashier	56
BAB V.....	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
5.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	57
5.1.1 Validitas	57
5.1.2 Uji Realibilitas	59
5.2 Identitas Responden	60
5.3 Analisis Statistik Deskriptif	61
5.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran.....	62
5.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Produk	62
5.4.2 Tanggapan Responden terhadap Dimensi Harga	67
5.4.3 Tanggapan Responden terhadap dimensi Tempat.....	70
5.4.3.1 Garis Kontinum dimensi Tempat	73
5.4.4 Tanggapan responden terhadap dimensi Promosi.....	74
5.4.5 Tanggapan responden terhadap dimensi Orang	79
5.4.6. Tanggapan responden terhadap dimensi proses	83
5.4.7 Tanggapan responden terhadap dimensi Bukti Fisik	85
5.5 Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	94
5.5.1 Garis Kontinum variabel Keputusan Pembelian	100
5.6 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian	101
5.7 Uji Asumsi Klasik	102
5.7.1 Uji Normalitas	102
5.7.2 Uji Heteroskedastisitas	103

5.7.3	Regresi Linear Sederhana	104
5.7.4	Koefisien korelasi.....	105
5.7.5	Koefisien Determinasi.....	106
5.8	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	107
BAB VI.....		109
KESIMPULAN DAN SARAN.....		109
6.1	Kesimpulan	109
6.1.1	Perhitungan Statistik	109
6.1.2	Tanggapan Responden	110
6.2	Saran.....	114
Daftar Pustaka		117
Lampiran		122

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Cafe di Kota Bandung Tahun 2013 - 2017	2
Tabel 1. 2 Data Perusahaan Cafe dan Restoran Sejenis di Kota Bandung.....	3
Tabel 1. 3 Frekuensi Banyaknya Pengunjung	4
Tabel 1. 4 Faktor - faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Diskus Cafe dikota Bandung.....	5
Tabel 2. 1 Expanded Marketing Mix for Services	21
Tabel 2. 2 Tabel Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Tabel Penilaian Jawaban Pernyataan Terhadap Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Bauran Pemasaran.....	37
Tabel 3. 3 Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien Kolerasi.....	47
Tabel 5. 1 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 5. 2 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 5. 3 Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 5. 4 Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	60
Tabel 5. 5 Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 5. 6 Tabel Distribusi Frekuensi Berdasarkan Penghasilan	61
Tabel 5. 7 Pedoman Kategorisasi	62
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Cita Rasa Makanan dan Minuman yang Nikmat	62
Tabel 5. 9 Tanggapan Responden Terhadap Makanan dan Minuman yang ditawarkan Beragam.....	63

Tabel 5. 10 Tanggapan responden terhadap bahan baku makanan dan minuman berkualitas	64
Tabel 5. 11 Tanggapan Responden Terhadap Bahan Baku makanan terbuat dari bahan yang aman.....	64
Tabel 5. 12 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap dimensi produk sesuai urutan pernyataan	65
Tabel 5. 13 Tanggapan responden terhadap harga sesuai dengan kualitas makanan dan minuman.....	67
Tabel 5. 14 Tanggapan responden terhadap harga yang ditawarkan terjangkau....	67
Tabel 5. 15 Tanggapan responden terhadap harga lebih murah bila dibandingkan dengan cafe lain yang berada disekitar lokasi	68
Tabel 5. 16 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap dimensi harga sesuai urutan pernyataan	69
Tabel 5. 17 Tanggapan responden terhadap lokasi cafe terletak ditengah kota / strategis	70
Tabel 5. 18 Tanggapan responden terhadap lokasi cafe berada dijalan utama	71
Tabel 5. 19 Tanggapan responden terhadap akses yang dilalui menuju cafe dapat menggunakan berbagai macam transportasi	72
Tabel 5. 20 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai dimensi tempat sesuai urutan pernyataan	72
Tabel 5. 21 Tanggapan responden terhadap mendapatkan informasi yang positif tentang cafe dari teman	74
Tabel 5. 22 Tanggapan responden terhadap program diskon menarik	74
Tabel 5. 23Tanggapan responden terhadap tampilan gambar yang ditampilkan dimedia sosial menarik.....	75

Tabel 5. 24 Tanggapan responden terhadap papan nama cafe bagus dan terlihat jelas	76
Tabel 5. 25 Tanggapan responden terhadap review atau ulasan menarik dan informatif dari beberapa media	77
Tabel 5. 26 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai dimensi promosi sesuai urutan pernyataan	77
Tabel 5. 27 Tanggapan responden terhadap pramusaji melayani dengan ramah..	79
Tabel 5. 28 Tanggapan responden terhadap pramusaji menggunakan seragam / pakaian yang rapih	80
Tabel 5. 29 Tanggapan responden terhadap pramusaji terampil dalam menghadirkan makanan dan minuman	80
Tabel 5. 30 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai dimensi orang.....	81
Tabel 5. 31Tanggapan responden terhadap makanan dan minuman yang datang sesuai dengan pesanan.....	83
Tabel 5. 32 Tanggapan responden terhadap pesanan datang dengan cepat	83
Tabel 5. 33 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai dimensi proses sesuai urutan pernyataan	84
Tabel 5. 34 Tanggapan responden terhadap kebersihan cafe terjaga.....	85
Tabel 5. 35 Tanggapan responden terhadap desain cafe yang menarik	86
Tabel 5. 36 Tanggapan responden terhadap ruangan cafe yang nyaman.....	87
Tabel 5. 37 Tanggapan responden terhadap peralatan makan dan minum yang bersih.....	87
Tabel 5. 38 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai dimensi bukti fisik sesuai urutan pernyataan	88

Tabel 5. 39 Rekapitulasi tanggapan responden tentang bauran pemasaran berdasarkan urutan pernyataan.....	90
Tabel 5. 40 Rekapitulasi tanggapan responden variabel bauran pemasaran berdasarkan urutan peringkat	93
Tabel 5. 41 Tanggapan responden terhadap saya memiliki kebutuhan untuk membeli makanan dan minuman di Diskus Cafe.....	94
Tabel 5. 42 Tanggapan responden terhadap sebelum saya membeli produk (makanan dan minuman) saya mencari informasi mengenai berbagai cafe dibanding.....	95
Tabel 5. 43 Tanggapan responden terhadap sebelum memilih suatu cafe saya membandingkan beberapa informasi mengenai cafe tersebut yang telah saya dapatkan	95
Tabel 5. 44 Tanggapan responden terhadap saya menilai Diskus Cafe merupakan alternatif terbaik dibandingkan cafe lainnya	96
Tabel 5. 45 Tanggapan responden terhadap saya memilih untuk melakukan pembelian produk makanan dan minuman di Diskus Cafe.....	97
Tabel 5. 46 Tanggapan responden terhadap saya merasa puas setelah melakukan pembelian makanan dan minuman di Diskus Cafe	97
Tabel 5. 47 Tanggapan responden terhadap saya bersedia datang kembali ke Diskus Cafe	98
Tabel 5. 48 Rekapitulasi tanggapan responden pada Keputusan Pembelian sesuai urutan pernyataan	98
Tabel 5. 49 Rekapitulasi tanggapan responden variabel Keputusan Pembelian berdasarkan urutan peringkat	100
Tabel 5. 50 Hasil Uji Normalitas	102

Tabel 5. 51 Estimasi Regresi Linier Sederhana Antara Bauaran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.....	104
Tabel 5. 52 Korelasi Antara Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian.	105
Tabel 5. 53 Koefisien Determinasi.....	106
Tabel 5. 54 Pengujian Hipotesis.....	107

DAFTAR GAMBAR

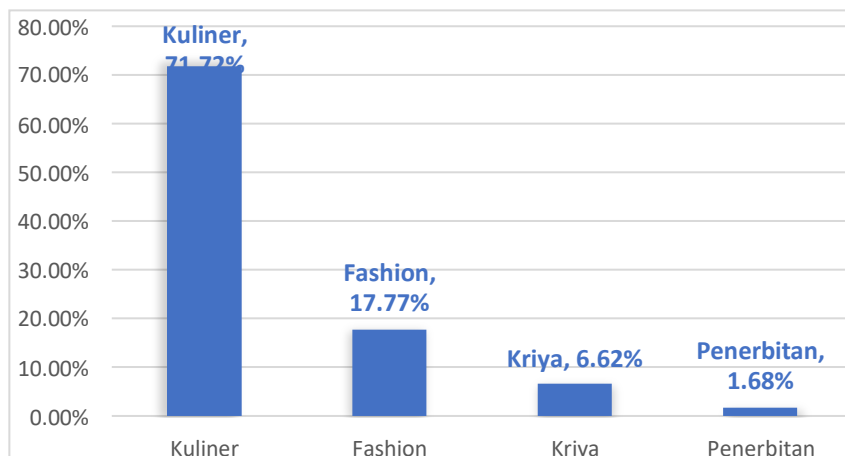
Gambar 1. 1 Jumlah Usaha Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Barat.....	2
Gambar 2. 1 Fungsi Manajemen Pemasaran	12
Gambar 2. 2 Proses Pengambilan Keputusan.....	24
Gambar 3. 1 Model Penelitian.....	33
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Diskus Cafe	54
Gambar 5. 1 Garis Kontinum Dimensi Produk.....	66
Gambar 5. 2 Gambar Kontinum Dimensi Harga.....	70
Gambar 5. 3 Garis Kontinum Dimensi Tempat	73
Gambar 5. 4 Garis Kontinum Dimensi Promosi	79
Gambar 5. 5 Garis Kontinum Dimensi Orang.....	82
Gambar 5. 6 Garis Kontinum Dimensi Proses	85
Gambar 5. 7 Gambar Kontinum Dimensi Bukti Fisik.....	89
Gambar 5. 8 Garis Kontinum Variabel Bauran Pemasaran.....	92
Gambar 5. 9 Garis Kontinum variable keputusan pembelian	100
Gambar 5. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	103
Gambar 5. 11 Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.....	108

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, bisnis dibidang kuliner sangat memiliki perhatian dan cenderung meningkat dari segi kualitas maupun kuantitas. Seperti yang kita ketahui pangan merupakan salah satu kebutuhan primer bagi manusia, dikarenakan menyangkut kebutuhan dasar maka kebutuhan tersebut harus selalu terpenuhi. Hal tersebut yang mendorong minat seseorang untuk ikut berkecimpung didalam dunia Bisnis Kuliner. Dapat dikatakan juga bahwa bisnis yang bergerak dibidang kuliner merupakan bisnis yang abadi. Dari pandangan bisnis kuliner, produk kuliner menghasilkan inovasi yang beragam. Dapat dilihat dari hasil persentase data Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, bahwa jumlah usaha kuliner di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2016 adalah sebesar 71,72%, yang menduduki urutan utama bila dibandingkan dengan sektor bisnis lainnya.



Gambar 1. 1 Jumlah Usaha Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Barat

Sumber : Badan Ekonomi Kreatif, 2016

Selain restoran dan warung makan, salah satu yang bisa memenuhi kebutuhan pangan kita adalah *Cafe*. *Cafe* merupakan salah satu bentuk peluang untuk mengembangkan usaha dibidang penyedia makanan dan minuman. Seiring dengan dengan perkembangan zaman kini produk yang ditawarkan semakin variatif khususnya di salah satu kota yang identik dengan wisata kulinernya yaitu Kota Bandung. Kini *cafe* semakin banyak bermunculan , hampir terdapat diseluruh penjuru Kota Bandung. Persaingan pada industri makanan dan minuman yang cukup ketat dikarenakan banyaknya inovasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Menu yang variasi serta harga yang ditawarkan oleh *Cafe* atau Restoran kepada konsumen cenderung mengikuti perkembangan zaman. Hal tersebut sesuai dengan data berikut :

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Cafe di Kota Bandung Tahun 2013 - 2017

Tahun	Jumlah Pertumbuhan Cafe & Restoran di kota Bandung	%
2013	243	0%
2014	256	5,3%
2015	278	7,9%
2016	291	4,4%
2017	396	26,5%

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Bandung & Badan Pusat Statistik

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun jumlah pertumbuhan usaha cafe atau restoran mengalami peningkatan yang artinya semakin banyak pelaku usaha yang memanfaatkan peluang besar yang ada

di kota Bandung. Kenaikan tersebut mencapai 26,5 persen pada tahun 2017 menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung.

Kini masyarakat sudah tidak sulit untuk menemukan *cafe* atau restoran sesuai dengan keinginannya. Berikut ini merupakan daftar *cafe* atau restoran sejenis di Kota Bandung :

Tabel 1. 2 Data Perusahaan Cafe dan Restoran Sejenis di Kota Bandung

No	Nama Cafe	Alamat
1	Atmosphere Resort Cafe	Jl. Lengkong Besar No. 97 Bandung
2	The Stone Cafe	Jl. Raya Ranca Kendal Luhur No. 5 Bandung
3	Chongo Gallery & Cafe	Jl. Rancakendal Luhur No. 8 Dago Pakar
4	Café D’Pakar Bandung	Jl. Dago Pakar Utara, Sekejolang, Bandung
5	Sierra Cafe & Lounge	Jl. Bukit Pakar No. 33, Bandung
6	Diskus Cafe & Bites	Jl. Terusan Babakan Jeruk 1 no. 109A Bandung
7.	One Eighty Coffee & Music	Jl. Ganeca No. 3 Bandung
8.	Monsoon Cafe	Jl. Dr. Djunjunan No. 143-149 Bandung
9.	Cafe Bali	Jl. R.E. Martadinata No. 211-215, Bandung
10.	Marka Cafe	Jl. Talaga Bodas No. 32, Bandung

sumber : Tripadvisor 2020

Berdasarkan tabel 1.2 di atas membuktikan bahwa cafe maupun restoran di kota Bandung sangat mudah ditemui. Kini konsumen hanya tinggal memilih saja *cafe* mana yang sesuai dengan keinginan serta

kebutuhan konsumen. Hal ini membuat persaingan semakin keta tantara perusahaan yang menawarkan produk sejenis. Dapat dilihat pada table 1.2 di atas, terdapat sepuluh cafe sejenis berdasarkan ratingnya. Dengan peminat paling tinggi ialah Atmosphere Resort & Cafe dan peminat paling rendah ialah Marka Café. Maka dari itu perusahaan diharuskan untuk melakukan kegiatan yang berfokus pada kebutuhan dan keinginan konsumennya serta perusahaan juga diharuskan untuk bersikap “*Consumer Oriented.*”

Salah satu cafe yang kini turut melengkapi kebutuhan konsumen ialah Diskus Cafe & Bites. Diskus merupakan cafe yang berdiri pada pertengahan tahun 2015. Cafe yang terletak di Jalan Terusan Babakan Jeruk No. 111 ini mengusung perpaduan tema antara asia dan barat. Cafe yang didesain sedemikian elegan dan dipadukan dengan alunan musik classic membuat para pengunjung yang notabene adalah mahasiswa merasa nyaman untuk menghabiskan waktu di cafe ini atau biasanya juga dihabiskan untuk melakukan rapat atau kerja kelompok.

Peneliti melakukan pengamatan selama satu minggu terakhir pada 50 pengunjung yang datang. Berikut frekuensi banyaknya kunjungan konsumen Diskus Cafe :

Tabel 1. 3 Frekuensi Banyaknya Pengunjung

Frekuensi Banyaknya	Jumlah	%
>3	29	58%
<3	21	42%
Jumlah	50	100%

Sumber : Kuisisioner

Berdasarkan table 1.3 diatas frekuensi banyaknya konsumen mengunjungi Diskus *Cafe* untuk 1 responden yang lebih dari 3 kali mengunjungi cafe berjumlah 29 dan responden yang lebih kecil dari 3 kali mengunjungi *cafe* berjumlah 21. Data ini mengartikan bahwa keputusan pembeli dalam memutuskan untuk mengunjungi *cafe* dikarenakan faktor tertentu. Faktor – faktor tersebut yang mempengaruhi konsumen untuk mengunjungi Diskus *Cafe*. Salah satu faktor yang diterapkan oleh Diskus *Cafe* ialah Faktor Bauran Pemasaran yang variabel – variabelnya terdiri dari *price, place, product, promotion, people, physical evidence* dan *process*.

Untuk mengetahui faktor bauran pemasaran yang menjadi alasan konsumen memilih untuk datang ke *Cafe* Diskus, peneliti telah menyebarkan kuesioner kepada 50 orang konsunen yang datang mengunjungi *Cafe* Diskus. Hasilnya dapat dilihat pada table dibawah ini.

Tabel 1. 4 Faktor - faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Diskus Cafe dikota Bandung

No.	Alasan	Jumlah
1.	Kualitas makanan dan minuman yang enak	14
2.	Lokasi cafe dekat dengan sekolah/kampus	10
3.	Harga yang ditawarkan terjangkau	7
4.	Fasilitas dan desain cafe yang menarik	5
5.	Ajakan teman/mendapatkan informasi tentang cafe dari teman	4
6.	Makanan dan minuman yang ditawarkan cukup beragam	3
7.	Harga lebih murah bila dibandingkan dengan cafe lain yang berada disekitar lokasi	3
8.	Terdapat potongan harga tertentu yang ditawarkan (ovo/gopay)	2
9.	Pelayanan yang ramah	1
10.	Akses yang dilalui menuju cafe cukup mudah	1
	Jumlah	50

Sumber : Kuisisioner

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, faktor utama konsumen memilih Diskus Cafe sebagai tempat untuk membeli makanan & minuman yang paling banyak ialah karena makanan dan minuman yang disajikan memiliki kualitas rasa yang cukup enak dikarenakan koki dan barista yang sudah berpengalaman serta aneka makanan & minuman yang cukup beragam didukung juga dengan kualitas makanan yang fresh. Salah satu makanan unggulan dari *cafe* ini adalah nasi kulit yang disajikan dengan beranekaragam sambal yaitu sambal bawang, sambal matah dan saus telur asin (*salted egg*). Sedangkan untuk minuman yang paling diminati ialah aneka kopi dan ice blended. Lokasi Cafe yang cukup startegis juga mendukung minat konsumen untuk memilih mengunjungi cafe, dimana lokasi yang bertepatan di Jalan Terusan Babakan Jeruk No. 111 (lantai 2) ini berdekatan langsung dengan Kampus Maranatha, sehingga Cafe Diskus menjadi salah satu alternatif cafe yang patut dikunjungi mahasiswa ketika ingin makan & minum ataupun hanya sekedar menghabiskan waktu luang bersama teman. Lokasi yang teduh dengan desain yang cukup *instagrammable* dan alunan musik classic yang membuat konsumen nyaman berada di café. Dilengkapi juga dengan *free wifi* dan beberapa permainan kartu. Dikarenakan cafe ini berdekatan langsung dengan lingkungan kampus dan kemungkinan besar kosnumennya adalah mahasiswa, maka dari itu harga yang ditawarkan juga terbilang cukup terjangkau yaitu sekitar Rp 12.000 – Rp 44.000. Dengan harga yang ditawarkan serta dipadukan dengan makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan ekspektasi konsumen, dengan harga yang sesuai, rasa yang sesuai dan porsi yang pas.

Berdasarkan hasil dan uraian latar belakang tersebut, penulis akan meneliti dampak dari strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Diskus *Cafe & Bites*, Pasteur, Bandung terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman oleh konsumen. Maka dari itu peneliti memutuskan judul untuk penelitian ini ialah **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Diskus *Cafe & Bites* dikota Bandung“**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti akan mencoba mengidentifikasi masalah yang akan dibahas atau diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian produk makanan dan minuman oleh konsumen Diskus *Cafe & Bites* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada identifikasi masalah diatas, maka penulis menuliskan tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengukur dan menganalisis seberapa besar pengaruh dari bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Diskus *Cafe & Bites*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat ataupun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi informasi berupa wawasan juga pengalaman dan dapat menerapkan ilmu yang dipelajari semasa perkuliahan terutama pada topik bauran pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat memberi informasi serta bahan pertimbangan dalam melaksanakan bauran pemasaran untuk meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan yang lebih baik lagi.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil Penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini merupakan penjelasan tentang isi dari masing-masing bab secara terperinci, singkat dan jelas serta diharapkan dapat mempermudah dalam memahami laporan penelitian. Penulisan laporan penelitian ini disajikan dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bab I : Pendahuluan

Bab ini memaparkan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

2. Bab II : Kerangka Teori

Bab ini menguraikan tentang teori dasar, kerangka penelitian, definisi, variable serta indikator.

3. Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan tentang populasi dan sampel, metode pengumpulan data, analisis data, dan operasionalisasi variable.

4. Bab IV : Objek Penelitian

Bab ini menguraikan tentang sejarah perusahaan hingga perkembangannya sampai saat ini.

5. Bab V : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan menguraikan pembahasan secara rinci dari penelitian yang akan penulis bahas.

6. Bab VI : Kesimpulan dan Saran

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang diambil dari semua pembahasan yang ada dalam penelitian.