

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

يُنَبِّئُ عَادَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Surat Al-A'raf Ayat 31

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Industri café di Indonesia saat ini berkembang pesat. Café sendiri adalah tempat dimana orang dapat bersantai dan mengobrol sambil membeli minuman seperti teh, kopi, dan jenis makanan lainnya. Selain itu, beberapa café juga menawarkan *live music*, sehingga memungkinkan pengunjung untuk menikmati acara musik ditempat tersebut.

Coffee shop hadir sebagai sarana yang dipilih khususnya masyarakat Indonesia pada generasi milenial, hal ini sudah menjadi rutinitas mereka untuk sekedar menikmati kopi. Perubahan kedai kopi pada masa dulu dan sekarang terlihat jelas, dapat diamati dari gedung, interior yang modern dan konsep hidangan yang beragam.

Coffee shop dengan menawarkan seperti tata ruang yang modern, wifi gratis, colokan untuk mengisi daya handphone atau laptop, dan juga pelayanan yang baik membuat khususnya para mahasiswa ini betah berlama-lama di *coffee shop*. Aktivitas ini akan menjadi rutinitas mereka

untuk mengerjakan tugas, berdiskusi atau sekedar membuat konten di sosial media. Tentunya hal merupakan peluang bisnis yang sangat besar jika dilihat dari sasaran pasar kaum milenial seperti mahasiswa.

Perubahan gaya hidup juga menuntut segelintir orang untuk mengikuti trend, salah satunya fenomena menjamurnya *coffee shop* di Yogyakarta. Dikutip dari (*kumparan.com*), menurut ketua panitia Jogja Coffee Week 2022, Rahadi Sapta Abra, kedai kopi terpadat di Indonesia adalah Yogyakarta. Komunitas Kopi Nusantara juga mengemukakan sampai saat ini tercatat ada sekitar 3.000 kedai kopi yang tersebar di seluruh wilayah DIY. Dibanding dengan beberapa kota besar sekitar Yogyakarta, seperti Semarang hanya berjumlah 700 kedai kopi dan Solo dengan jumlah sebanyak 400 kedai. Menurut Rahadi, dengan luas wilayah yang relatif kecil membuat Yogyakarta termasuk kota dengan kedai kopi terpadat di Indonesia.

Yogyakarta yang dijuluki sebagai kota pelajar ini, memiliki potensi besar menjadi ladang bisnis bagi pecinta kuliner guna mengembangkan bisnis *coffee shop*. Didukung oleh banyak perguruan tinggi di Yogyakarta, membuka peluang bisnis besar-besaran dengan sasaran kaum milenial, termasuk mahasiswa dari berbagai daerah. Tak sedikit kalangan yang menyebut generasi muda masa kini sebagai generasi milenial. Generasi milenial lahir setelah generasi X, tepatnya pada tahun 1980 hingga tahun 2000an. Terdapat kurang lebih 80 juta penduduk di Indonesia yang berusia antara 17 hingga 37 tahun. Jumlah ini sangat besar mengingat populasi usia

milennial mencakup 30% dari total populasi penduduk di Indonesia. (<https://kompasiana.com>)

Suratno dan Rismiati, (2001) mengartikan gaya hidup merupakan pola hidup individu dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam aktivitas, minat, dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup juga merupakan gambaran keseluruhan individu yang menjadi indikator yang juga mempengaruhi perilaku konsumen seseorang dalam menentukan pilihannya untuk membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu. Pemilihan kedai kopi yang tepat juga salah satu bentuk pengambilan keputusan.

Kualitas produk dikenal sebagai kapasitas suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang memenuhi atau melampaui asumsi pelanggan (Kotler dan Keller, 2018:316). Kualitas produk juga termasuk sebagai keahlian suatu barang sehingga menghasilkan kinerja yang memenuhi atau bahkan melampaui asumsi pelanggan. Terdapat kemampuan-kemampuan yang dapat dilihat dari fungsinya seperti daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan operasi, perbaikan serta atribut berharga lainnya.

Secara sederhana, keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan, dimana dalam situasi ini pelaku dalam pengambilan keputusan adalah pembeli yang membeli produk tersebut. Keputusan pembelian merupakan suatu kesimpulan akhir bahwa seorang

pembeli untuk membeli suatu barang atau jasa dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam proses penentuan ini mencakup apa yang akan dibeli. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:226) memahami bahwa keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam proses pengambilan keputusan dengan produk yang ditawarkan oleh penjual..

Lussid Coffee, berada di tengah kota Yogyakarta tepatnya di Jl. Permadi No.7, Wirogunan, Kec. Mergangsan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55151, ini hadir dengan konsep unik yaitu *industrial unfinished*. Desain tersebut dapat dikatakan sedang tren akhir-akhir ini. Dapat dilihat dari dinding kafe yang dibiarkan tanpa cat, sehingga terlihat warna semen mendominasi tempat ini. Tidak hanya itu, pada bagian langit-langit juga terdapat pipa-pipa yang terekspos ini bertujuan menambah kesan industrial.

Lussid Coffee juga menyediakan tempat yang cukup luas, terdapat tiga lantai dengan area indoor dan outdoor. Salah satu sudut yang menjadi andalan banyak pengunjung Lussid Coffee adalah bagian rooftop di lantai tiga. Pengunjung dapat melihat pemandangan Kota Yogyakarta dari sini, waktu terbaik untuk datang tentu saja sore hari tepatnya menjelang senja. Lussid Coffee ini menawarkan berbagai menu seperti kopi dan non-kopi dengan harga berkisar antara Rp 20.000 – Rp 35.000. Lussid Coffee juga menyediakan berbagai menu makanan, seperti nasi ayam bumbu kemangi, chicken salted egg dan masih banyak lagi. Harga makanan berkisar antara

Rp 23.000 – Rp 45.000. Tidak hanya itu Lussid Coffee juga menyediakan fasilitas yang cukup lengkap seperti akses wifi gratis, stop kontak yang tersebar, kamar mandi bersih dan akses parkir motor sedikit sempit dikarenakan tempat yang berada tepat di depan jalan, tetapi untuk parkir mobil tersedia cukup luas ditempat yang berbeda tepatnya dibelakang café. Banyaknya *coffee shop* yang tidak kalah bagusnya di Yogyakarta ini membuat Lussid Coffee menghadapi persaingan untuk mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu *coffee shop* yang populer dan ramai dikunjungi di kota Yogyakarta. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui tentang seberapa pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap pembelian produk di Lussid Coffee.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka penulis ingin melakukan penelitian guna mengetahui tentang seberapa pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap pembelian produk di Lussid Coffee. Fokus penelitian ini adalah pada konsumen dengan keputusan pembelian khususnya di Lussid Coffee pada generasi milenial Yogyakarta karena belum ada penelitian dengan pembahasan yang sama di Lussid Coffee. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Lussid Coffee Pada Generasi Milenial Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Lussid Coffee pada generasi milenial Yogyakarta?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Lussid Coffee pada generasi milenial Yogyakarta?
3. Apakah gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Lussid Coffee pada generasi milenial Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Lussid Coffee pada generasi milenial Yogyakarta .
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Lussid Coffee pada generasi milenial Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Lussid Coffee pada generasi milenial Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Berikut manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari permasalahan-permasalahan di atas :

1. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang akan mengeksplorasi ide-ide serupa dan sehubungan dengan pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, kemudian menjadi bahan rujukan penulisan dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran.

2. Bagi pemasar

Sebagai media referensi terutama untuk Lussid Coffee dalam mengatur strategi bisnis diantaranya mengantisipasi penurunan dan peningkatan penjualan, serta diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan dalam mengatur cara pemasarannya.

3. Bagi mahasiswa

Dengan adanya karya tulis ini diharapkan mampu menambah pengetahuan tentang gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dapat mengembangkan ilmu dengan lebih baik.