

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia yang merupakan salah satu negara penghasil, pengeksport dan komoditas biji kopi terbaik di dunia merupakan faktor utama yang mendorong perkembangan warung kopi, pendukung utamanya adalah kegiatan minum kopi (kumpul bersama saudara, teman, kolega) di rumah dan warung kopi dengan berbagai kebiasaan yang dilakukan masyarakat Indonesia. Semakin selektifnya penikmat kopi, membuat pebisnis warung kopi harus berupaya menyediakan tempat yang dapat menciptakan rasa santai dan privasi. (Haryanto dkk., 2020)

Warung-warung kopi yang berada di sudut-sudut kota, jalan-jalan sampai jalan utama hingga di pusat perbelanjaan merupakan tempat yang tepat untuk meluangkan waktu dari rutinitas padat. Banyak aktifitas masyarakat di warung kopi seperti rapat, pertemuan bisnis, dan sebagainya dihiasi dengan secangkir kopi. Kadang ada penikmat kopi yang sampai menghabiskan waktu berjam-jam bahkan berpindah-pindah dari satu warung kopi ke warung kopi lain, hanya sekedar duduk dan mengobrol sambil menikmati secangkir kopi hangat (Haryanto dkk., 2020)

Penelitian tentang pengaruh kualitas kopi dan atmosfer kedai kopi terhadap keputusan pembelian telah dilakukan oleh para peneliti dalam bidang pemasaran. Kualitas kopi merujuk pada sejumlah faktor yang mencakup aspek rasa, aroma, kebersihan biji kopi, cara pengolahan, ketinggian tempat tumbuhnya kopi, jenis varietas kopi, dan cara pemanggangan biji kopi. Semua faktor ini berkontribusi untuk menentukan seberapa baik rasa dan kualitas akhir dari secangkir kopi. Dalam dunia kopi, kualitas biasanya dihubungkan dengan cita rasa yang kompleks, aroma

yang khas, dan ketebalan serta kekentalan yang sesuai dengan preferensi peminum kopi. Atmosfer kedai kopi merujuk pada suasana, tata letak, desain interior, musik, aroma, dan elemen visual lainnya di dalam kedai kopi yang dapat mempengaruhi pengalaman konsumen. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa atmosfer kedai kopi memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen lebih cenderung ke kedai kopi yang memiliki atmosfer yang menyenangkan dan nyaman. Salah satu faktor atmosfer yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah tingkat kenyamanan tempat duduk, kualitas kopi, pelayanan, kebersihan, dan keheningan. Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa musik yang diputar di kedai kopi dapat memengaruhi suasana hati konsumen dan pengalaman mereka dalam menikmati kopi. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa desain interior dan tata letak kedai kopi dapat mempengaruhi perilaku konsumen, seperti menghabiskan waktu lebih lama di kedai kopi dan menghabiskan lebih banyak uang.

Menurut Solomon & Martin (2008), suasana hati konsumen dapat dipengaruhi oleh desain toko, cuaca, atau faktor-faktor spesifik lainnya. Selain memengaruhi suasana hati, atmosfer juga berperan dalam keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian ini mencerminkan perilaku konsumen saat memecahkan masalah yang mereka hadapi dalam proses pengambilan keputusan. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, pemilik kedai kopi bisa mempertimbangkan untuk memperbaiki atmosfer kedai mereka dengan memperhatikan detail seperti tata letak ruangan, dekorasi, aroma, musik, dan pilihan menu.

Kedai kopi memiliki kemampuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen

dan mendorong mereka kembali dengan menciptakan atmosfer yang menyenangkan dan nyaman. Ketika pelanggan memiliki pengalaman positif terhadap suatu produk maka hal ini akan cenderung membuat mereka melakukan pembelian ulang pada produk tersebut (Setiadi, 2008). Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen tergantung pada tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi konsumen, sehingga akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang (Kotler & Gary Amstrong, 2012).

Lifestyle (gaya hidup) masyarakat perkotaan saat ini, melatarbelakangi beberapa kelompok masyarakat memilih kafé atau kedai kopi yang disinyalir mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Beberapa tahun terakhir ini, kafe mengalami perkembangan yang begitu pesat, di beberapa kota besar di Indonesia seperti Makassar. Berdasarkan data restoran dan kafe, Badan Pusat Statistik (BPS) hotel bintang Indonesia tahun 2009 - 2011 dan data restoran dan kafe tahun 2012 - 2016 mencapai angka 5.675 di seluruh Indonesia.

Makassar merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan menjadi living room untuk Kawasan bagian Timur Indoneisa. Sebagai kota besar yang terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan informasinya pun semakin cepat. Hal ini dapat dilihat, dari makro ekonomi Makassar yang memperlihatkan perkembangan yang cukup signifikan, dengan didominasinya kedai kopi yang sangat meningkat dari tahun ke tahun yang

membuat persaingan kedai kopi sangat ketat diantara para pengusaha kedai kopi di kota Makassar.

Konsumen kopi di kota makassar cukup banyak ditandai dengan menjamurnya kedai kopi berdasarkan data Baristahood Community Makassar, pertumbuhan kedai kopi di tahun 2022 meningkat 70% dibanding tahun sebelumnya (Makassar, Tribunnews. com, 2022)

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik responden pada kedai kopi di Kota Makassar
2. Bagaimana kualitas produk kopi racikan pada kedai kopi di Kota Makassar?
3. Bagaimana interior atmosfir (*instore atmosphere*) dan eksterior atmosfir (*outstore atmosphere*) pada kedai kopi di Kota Makassar?
4. Bagaimana keputusan pembelian produk kopi racikan di Kota Makassar?
5. Bagaimana pengaruh kualitas kopi, interior atmosfir, dan eksterior atmosfir terhadap keputusan pembelian kopi racikan kedai kopi di Kota Makassar.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, adapun tujuan yang hendak dicapai dari kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakteristik responden pada kedai kopi di Kota Makassar
2. Menganalisis kategori kualitas kopi racikan pada kedai kopi di Kota Makassar
3. Menganalisis kategori interior atmosfir (*instore atmosphere*) dan eksterior atmosfir (*outstore atmosphere*) pada kedai kopi di Kota Makassar

4. Menganalisis kategori keputusan pembelian kopi racikan pada kedai kopi di Kota Makassar.
5. Menganalisis pengaruh kualitas kopi, interior atmosfer, dan eksterior atmosfer terhadap keputusan pembelian kopi racikan pada kedai kopi di kota makassar

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat untuk dapat melakukan kegiatan penelitian dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, pembelajaran dan referensi bagi pembaca maupun pihak lainnya, untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh dalam respon konsumen dan keputusan pembelian.