

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis pada era modern mengalami berbagai macam perubahan yang cukup signifikan dalam kegiatannya. Pada sektor bisnis *food & beverage*, perubahan terus terjadi dari masa ke masa. Adapun contoh dari kegiatan sektor *food & beverage* ini adalah *coffee shop*. *Coffee shop* sendiri menjadi usaha yang cukup banyak digemari oleh pengusaha yang masih muda pada masa sekarang di Indonesia. Hal ini dikarenakan *coffee shop* memiliki target pemasaran pada anak-anak muda. Banyaknya peminat dari *coffee shop* ini membuat banyak pengusaha muda yang berlomba-lomba untuk menekuni dunia *coffee shop*. Keberhasilan dari suatu bisnis usaha dapat dilihat dari seberapa lama dan banyaknya konsumen yang melakukan pembelian dari produk yang ditawarkan oleh suatu usaha bisnis. Produk yang ditawarkan oleh *coffee shop* kepada konsumen tentunya sangat beragam. Sehingga konsumen dimanjakan dengan banyaknya pilihan menu makanan maupun minuman pada *coffee shop* tersebut.

Coffee shop dalam melakukan usaha bisnisnya dengan menerapkan sistem penjualan makanan dan minuman serta menyediakan tempat bagi konsumen untuk menikmati produk yang dibeli pada *coffee shop* tersebut. Fokus utama penjualan dari *coffee shop* ini sendiri berupa minuman kopi dan makanan yang cocok untuk disantap dengan minuman kopi. Bukan hanya menyediakan kopi saja, tentunya *coffee shop* akan menyediakan pilihan minuman yang lain bagi orang yang tidak

terlalu menyukai rasa dari minuman kopi. Hal inilah yang membuat banyak orang yang cukup tertarik dengan kehadiran *coffee shop*. Mulai dari beragamnya menu serta tempat yang cocok untuk setiap kalangan dalam menikmati produk, maka konsumen akan cukup nyaman dan tidak akan menutup kemungkinan untuk datang dan membawa konsumen yang baru dalam melakukan pembelian dari *coffee shop* tersebut. Keberadaan dari konsumen pada sebuah *coffee shop* adalah point utama dari pelayanan yang disediakan. Oleh sebab itu sebuah *coffee shop* harus mampu membuat seorang konsumen mampu menentukan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada *coffee shop*.

Dalam proses jual beli, keputusan pembelian konsumen bisa dikatakan menjadi pilihan akhir dari barang atau produk yang ditawarkan oleh pihak produsen. Keputusan hadir dari berbagai macam pilihan yang akhirnya mampu menarik perhatian dari konsumen untuk memiliki barang atau produk tersebut. Konsumen hadir untuk menjadi pemilik dari produk yang kita tawarkan. Keputusan dari konsumen untuk melakukan pembelian dapat dipengaruhi oleh pihak penjual melalui berbagai cara. Oleh sebab itu, konsumen akan mudah tertarik dengan produk yang baru dan menarik tentunya. Proses dalam pengambilan keputusan adalah hal yang cukup sulit bagi seorang konsumen dalam menentukan pembelian mereka. Keputusan dari konsumen itu haruslah melalui berbagai macam seleksi ataupun proses yang akan mendukung mereka dalam melakukan pembelian, dan hal ini sama dengan apa yang disampaikan oleh (wulandari, 2021) dan didukung oleh (almanda & mauli, 2022) bahwa keputusan dalam membeli bisa merujuk pada proses untuk pengambilan keputusan tersebut akibat pengaruh dari pihak luar.

Adapun yang hal yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli sebuah produk salah satunya bisa kita lihat dari sebuah inovasi produk.

Inovasi menjadi salah satu langkah guna mencapai tingkatan yang baru dalam menciptakan hal-hal yang baru. Pikiran ataupun ide yang terus berkembang seiring waktu menjadi tantangan tersendiri untuk menciptakan sebuah perbedaan didalam dunia bisnis. Bagi seorang pengusaha, inovasi dalam sebuah produk menjadi salah satu hal yang akan mempengaruhi perkembangan produk dikalangan konsumen. Inovasi produk tidak hanya akan bertahan pada suatu posisi saja. Hal ini dikarenakan, dari masa ke masa cara berpikir dari manusia akan terus berkembang hingga menemukan kesesuaian dengan masa tersebut. Inovasi produk tentunya diadakan guna memenuhi kepuasan tersendiri bagi konsumen dalam menikmati produk yang dijual oleh seorang penjual. Produk tak selamanya akan berada pada hal yang sama untuk memenuhi kebutuhan setiap konsumen. Maka dari itu, dibutuhkan para pemikir akan memberikan inovasi dalam suatu produk yang akan lebih modern dan mengikuti perkembangan selera dari konsumen. Sasaran dari inovasi produk ini tentunya mengarah kepada orang-orang yang cukup cepat bosan dengan bentuk dari produk yang telah mereka konsumsi untuk beberapa saat. Hal ini juga disetujui oleh (maino dkk., 2022), dimana mereka mengatakan bahwa sebuah perusahaan harus menyesuaikan produk mereka didalam kedinamisan lingkungan. Tentunya dalam penciptaan suatu inovasi produk, terdapat juga fitur pada produk yang akan ditawarkan kepada konsumen melalui produk yang ditawarkan.

Dalam melakukan penawaran kepada konsumen mengenai produk penjualan mereka, ada poin selanjutnya yang cukup berpengaruh besar dalam menarik perhatian konsumen untuk menentukan pembelian mereka. Point tersebut adalah fitur sebuah produk. Fitur dalam suatu produk juga memegang peranan penting bagi pemasaran suatu produk. Peranan inilah yang akan langsung memberikan kesan yang cukup untuk memuaskan keinginan setiap konsumen pada produk yang ditawarkan. Banyaknya pesaing dalam produk yang ditawarkan akan menciptakan banyaknya fitur yang mewakili produk mereka sendiri. Konsumen memiliki sifat yang cukup mudah untuk ditarik perhatiannya. Sesuatu yang baru dalam produk menjadi perhatian khusus bagi konsumen dalam menentukan pilihan mereka. Fitur produk tak selamanya akan dalam keadaan sama. Selalu namanya ada perubahan yang sangat besar untuk waktu yang terus berjalan.

Perubahan yang cukup berarti bagi konsumen akan bisa dirasakan secara langsung oleh pembeli setelah memakai ataupun produk yang mereka beli. Penambahan fitur pada suatu produk menjadi jaminan untuk menarik banyak konsumen, terkhususnya konsumen yang suka dengan hal-hal yang baru pada suatu produk. Pendapat ini juga dikemukakan oleh (Mardiningtyas, 2020) yang bertulis konsumen akan tertarik pada produk yang sangat kekinian. Penambahan fitur pada setiap produk menjadi nilai tambah yang akan meningkatkan permintaan pasar tentunya. Banyak hal yang bisa diberikan pada sebuah produk untuk memenangi persaingan sebuah pasar. Selain dari adanya fitur produk, ada juga desain pada suatu produk yang harus dikembangkan.

Bentukan dari produk menjadi tampilan pertama yang akan dilihat oleh konsumen dalam proses pembelian suatu produk. Untuk gambaran awal dalam menciptakan suatu produk tentunya akan ada suatu bentuk awal sebelum diterapkan sehingga menjadi bentuk fisik secara nyata. Secara umum desain bisa dikatakan ide yang direalisasikan menjadi bentuk nyata. Bentuk dari suatu produk tentunya sangat berpengaruh terhadap penilaian dari konsumen. Semakin menarik desain dari suatu produk, maka semakin tinggi ketertarikan dari konsumen untuk memiliki produk yang memiliki desain yang unik tersebut. Desain suatu produk tidaklah bisa dibuat secara asal-asalan. Hal ini bisa menjadi kerugian bagi seorang penjual ataupun penghasil suatu produk, dikarenakan desain pada produk merupakan ciri khas yang akan membedakan dari pesaing (susanto, 2019).

Penentuan desain dari sebuah produk merupakan langkah untuk memberikan perbedaan dari berbagai macam produk yang sejenis. Kebanyakan dari pengusaha yang memasarkan produk mereka akan memiliki perbedaan dari desain produk mereka. Perbedaan bentuk dari produk yang ditawarkan kepada pasar haruslah mudah untuk diingat oleh konsumen. Desain yang menarik serta minimalis akan mudah diingat dan dikenali oleh konsumen maupun calon konsumen dikemudian hari. Semakin banyak pesaing maka semakin banyak desain produk yang berbeda-beda. Pesaing yang terus berdatangan memberikan dampak yang negatif bagi produk yang kita pasarkan. Efek negatif yang dirasakan yaitu berupa berkurangnya pangsa pasar akan memberikan pengaruh berupa berkurangnya kuantitas penjualan suatu produk. Hal ini lah yang mengharuskan penjual harus memiliki kreatifitas

yang sangat tinggi. Pada bisnis usaha yang bergerak dibidang *coffee shop*, hal ini juga diterapkan oleh Luar Garis Coffee yang ada di Batam.

Luar Garis Coffee menjadi salah satu usaha bisnis yang sedang berkembang di kota batam pada saat ini. Luar Garis Coffee bergerak dibagian penyedia makanan dan minuman yang berkhaskan kopi untuk minumannya. Luar Garis Coffee berdiri pada november 2021, yang bisa dikatakan bahwa usaha tersebut masih terbilang cukup berumur muda karena belum bergerak lebih dari dua tahun dalam operasionalnya. Dalam operasionalnya sehari-hari, *coffee shop* ini akan terus didatangi oleh konsumen yang tertarik untuk menikmati menu yang telah disediakan. *Coffee shop* menjadi usaha bisnis yang sangat berkembang di daerah Batam. Hal ini disebabkan oleh ketertarikan dari anak usia muda yang senang untuk menghabiskan waktu mereka di luar rumah.

Pendirian dari *coffee shop* ini tentunya dimaksudkan untuk mengikuti perkembangan zaman yang ada. Perkembangan dari selera konsumen terhadap *coffee shop* akan mengalami perkembangan dari masa ke masa. Setiap konsumen yang datang pada luar garis coffee berharap untuk dapat merasakan menu kopi dan makanan yang disediakan. Menu pada Luar Garis Coffee berisikan makanan dan minuman yang cukup untuk membuat konsumen betah berada di luar garis coffee. Luar Garis Coffee menjadi salah satu tempat tongkrongan yang sangat digemari pada saat ini. Lokasi yang strategis dan struktur tempat yang bagus menjadi kelebihan bagi Luar Garis Coffee dalam menarik perhatian anak muda.

Perhatian dari konsumen anak muda bisa diambil dengan memanfaatkan konsep bentuk Luar Garis Coffee sendiri. Fasilitas yang diberikan juga cukup untuk memanjakan bagi konsumen yang gemar untuk berfoto ria. Hal ini dikarenakan luar garis coffee memiliki lokasi *outdoor* dan *indoor* bagi konsumen dalam menikmati produk di Luar Garis Coffee. Inilah yang membuat banyak anak muda betah untuk datang lagi dan bahkan membawa teman-teman dari sepermainan mereka untuk ikut serta membeli produk yang ditawarkan oleh Luar Garis Coffee. Produk yang ditawarkan oleh Luar Garis Coffee diharapkan akan mampu membuat seorang konsumen dapat menentukan pembelian mereka melalui inovasi produk yang ada pada menu terbaru.

Produk yang ditawarkan kepada konsumen Luar Garis Coffee haruslah terdapat inovasi dalam produknya. Luar Garis Coffee sudah sering melakukan inovasi produk pada menu yang ada *coffee shop* tersebut. Konsumen yang sering melakukan pembelian pada Luar Garis Coffee pasti akan disajikan dengan menu yang baru tentunya. Menu yang selalu disajikan dengan menu yang sama tentunya tidak akan memberikan dampak yang positif bagi penjualan pada Luar Garis Coffee. Variatif pada produk yang terdapat pada menu sangatlah diperlukan penerapannya. Inovasi suatu produk dapat ditemukan oleh Luar Garis Coffee dengan berbagai cara tentunya. Adapun langkah untuk menemukan inovasi terbaru didalam suatu produk tentunya dengan melihat perkembangan selera dari konsumen.

Efek dari kurangnya inovasi pada produk pada Luar Garis Coffee akan mengakibatkan bosannya konsumen yang sering datang untuk menikmati produk

yang dijual. Variatif menu yang disajikan haruslah membuat konsumen merasakan penasaran untuk mencoba membeli produk pada Luar Garis Coffee. Rasa bosan pada konsumen pada pembeli bisa terjadi kapan saja. Hal seperti rasa bosan akan terus menghantui bagi produk yang tidak mengalami perkembangan sedikitpun. Ketertarikan konsumen dalam melakukan pembelian berada pada produk yang dijual, semakin bagus produk yang dijual maka semakin besar ketertarikan dari konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain dari inovasi yang kurang dalam pengembangan produk di Luar Garis Coffee, fitur yang disediakan pada produk yang disajikan juga mendapat perhatian khusus bagi konsumen dalam menentukan pembelian mereka.

Fitur produk menjadi salah satu tolak ukur bagi konsumen dalam melakukan pembelian pada Luar Garis Coffee. Fitur produk pada menu Luar Garis Coffee dapat kita lihat maupun rasakan saat setelah melakukan pembelian. Adapun fitur pada produk yang dapat dilihat dan dirasakan misalkan sedotan pada minuman yang dibeli, ataupun penambahan potongan sayuran pada makanan yang disediakan oleh Luar Garis Coffee. permasalahan yang dialami melalui fitur produk ini juga bisa berupa kurangnya bumbu pada masakan yang mengakibatkan rasa dari makanan yang disediakan tidak sesuai dengan keinginan dari konsumen. Adapun permasalahan fitur produk pada tempat minuman yang terlalu kecil dan pada minuman tertentu diberikan beberapa bahan tertentu.

Penambahan fitur pada produk ini tentunya sangat diperlukan, dengan adanya fitur pada produk, maka pembeli akan dengan mudah untuk menikmati produk yang mereka beli pada Luar Garis Coffee. Selain dari penambahan fitur produk, ada pula

yang menjadi pertimbangan dari calon konsumen dalam melakukan pembelian mereka pada Luar Garis Coffee. Yang menjadi pertimbangan selanjutnya yaitu bagaimana desain dari produk itu sendiri.

Desain pada produk merupakan tampilan secara visual kepada konsumen sebelum melakukan pembelian. Untuk produk yang ditawarkan oleh Luar Garis Coffee kepada pembeli memiliki bentuk yang sama dari awal berdirinya Luar Garis Coffee. hal ini lah yang harus dibenahi oleh pihak Luar Garis Coffee untuk memanjakan konsumen yang mereka miliki. Desain produk ini berlaku bagi menu makanan dan minuman. Konsumen yang rata-rata masih berusia cukup muda sangat tertarik dengan bentukan atau desain dari produk yang cukup unik. Walaupun pastinya ada konsumen yang tidak terlalu menghiraukan desain dari produk itu. Perkembangan dari desain produk itu bisa berupa bentuk yang awalnya hanya memiliki satu warna pada minuman namun melakukan perubahan dengan penambahan warna dan tetap mempertahankan rasa yang sama pada produk tersebut. Permasalahan yang ada tentunya akan mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian oleh konsumen.

Keputusan yang dibuat dalam melakukan pembelian merupakan hak dari konsumen tentunya. Luar Garis Coffee mengedepankan bagaimana caranya agar konsumen tetap memilih untuk melakukan pembelian pada produk yang mereka tawarkan tentunya. Untuk mendukung seorang konsumen dalam menentukan pembelian mereka, maka harus dihadirkan berbagai macam metode ataupun strategi untuk memenangkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan oleh Luar Garis Coffee. Unsur dari inovasi produk, fitur

produk, dan desain produk mengambil alih penting bagi pembuatan keputusan akhir bagi konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti menarik judul **“PENGARUH INOVASI PRODUK, FITUR PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA LUAR GARIS COFFEE”**

1.2 Identifikasi Masalah

Pada penjelasan yang ada pada latar belakang dan menjadi acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian, maka dapat dilakukan identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Kurangnya inovasi produk membuat minimnya variatif menu yang membuat konsumen merasakan bosan pada menu yang ada Luar Garis Coffee.
2. Minimnya ide baru pada produk yang sudah ada sehingga produk cenderung membosankan
3. Kurangnya kepekaan terhadap perkembangan selera konsumen yang mengakibatkan konsumen tidak terlalu tertarik untuk membeli produk di Luar Garis Coffee.
4. Fitur produk yang tidak terlalu berdampak pada kepuasan konsumen mengakibatkan lemahnya daya tarik terhadap produk yang ditawarkan pada Luar Garis Coffee.

5. Penambahan dari fitur berupa bumbu atau bahan pembuatan makanan dan minuman yang tidak sesuai dengan selera dari konsumen.
6. Fitur pada produk berupa tempat minuman dan makanan yang terlalu kecil ataupun terlalu besar sehingga kurangnya minat untuk membeli produk tertentu.
7. Desain pada produk yang tidak berkembang mengakibatkan kurangnya loyalitas pembelian oleh konsumen pada saat akan membeli produk di Luar Garis Coffee.
8. Konsumen yang mudah tertarik dengan desain produk yang lebih baru.
9. Desain produk mencakup pada bentukan makanan dan minuman yang disediakan oleh Luar Garis Coffee.
10. Keputusan pembelian dari konsumen akan sangat dipengaruhi oleh bagaimana produk yang disajikan oleh Luar Garis Coffee.

1.3 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah disebutkan, maka penulis akan menetapkan batasan masalah dalam penelitian ini. Adapun batasan masalah pada penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini akan berfokus pada konsumen yang melakukan pembelian pada Luar Garis Coffee di kawasan KDA.
2. Penelitian ini akan meneliti apa pengaruh dari inovasi produk, fitur produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada Luar Garis Coffee.

1.4 Rumusan Masalah

Setelah penulis melakukan pengidentifikasian dan pembatasan masalah, maka penulis akan menetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Luar Garis Coffee?
2. Apakah fitur produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Luar Garis Coffee ?
3. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Luar Garis Coffee?
4. Apakah inovasi produk, fitur produk, dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Luar Garis Coffee?

1.5 Tujuan Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan untuk membantu banyak objek penelitian dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi. Adapun tujuan dari dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Luar Garis Coffee.
2. Untuk mengetahui pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Luar Garis Coffee.

3. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Luar Garis Coffee.
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, fitur produk, dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Luar Garis Coffee.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini adalah manfaat berupa teori yang akan membantu Luar Garis Coffee dalam menentukan pengembangan produk mereka. Dengan adanya penelitian ini maka manajemen dari Luar Garis Coffee akan dipermudah dalam mengetahui keinginan dari konsumen dan indikator apa yang akan memperbanyak penjualan dari produk yang ditawarkan kepada konsumen yang melakukan pembelian di Luar Garis Coffee.

1.6.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini akan menjadi salah satu acuan yang praktis dalam penerapannya. Penelitian ini tentunya akan berguna bagi :

1. Luar Garis Coffee

Penelitian akan berguna tentunya bagi Luar Garis Coffee. Hal ini dikarenakan Luar garis coffee merupakan objek penelitian peneliti. Oleh sebab itu, penelitian akan mempengaruhi cara kerja dari Luar Garis Coffee kedepannya.

2. Universitas putera batam

Bagi pihak universitas putera batam, penelitian ini juga bermanfaat untuk menjadi referensi penelitian dimasa mendatang. Referensi ini dapat dipergunakan oleh mahasiswa yang memiliki variabel penelitian yang sama dengan penulis.

3. Peneliti

Manfaat yang didapatkan secara praktis melalui penelitian ini adalah pengalaman yang sangat berharga. Pengalaman penelitian ini bisa diterapkan oleh peneliti jika suatu saat ingin membuka suatu usaha bisnis.