

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi menjadi titik balik untuk perkembangan dunia bisnis pada masa kini. Adapun bisnis yang banyak mengalami perubahan cukup pesat terdapat pada sektor industri *food & beverage*. Sektor bisnis pada *food & beverage* menjadi yang paling mengalami banyak perubahan. Perubahan ini berasal dari perilaku konsumen dalam menyikapi suatu bisnis. Jenis dari bidang *food & beverage* yang memiliki perkembangan di Indonesia dengan pesat adalah adalah *coffee shop*. Perkembangan ini dapat dilihat dari berbagai macam jenis *coffee shop* yang tumbuh subur di Indonesia. Pesatnya perkembangan dari *coffee shop* ini menjadi daya tarik bagi banyak pengusaha muda untuk menjajaki dunia bisnis *food & beverage* terutama di dalam dunia *coffee shop*. Ketertarikan ini dapat dilihat dari banyaknya juga pemilik *coffee shop* yang masih tergolong muda dan bersifat produktif. Berdasarkan jumlah *coffee shop* yang terdapat di Indonesia tahun 2019, terdapat 2.937 *stand kopi shop* yang terdaftar.

Tabel 1. 1 Jumlah Gerai Coffeshop Di Indonesia Periode 2016-2019

No	Tahun	Gerai
1	2016	1083
2	2017	1570
3	2018	1830
4	2019	2937

Sumber: Toffin, 2023

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa perkembangan usaha dari coffeeshop yang ada di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Dari tahun 2016 yang awalnya berdiri sekitar 1083 gerai, menjadi 2937 gerai pada tahun 2019. Rentang waktu yang sangat dekat ini menjadi bukti bahwa usaha mengenai coffee shop masih akan terus berkembang dan mengalami perluasan gerai di seluruh Indonesia. Pertumbuhan dari gerai coffee shop ini tidak lepas dari selera anak muda yang makin menggemari kegiatan yang dapat mereka lakukan di *coffee shop* ini.

Coffee shop dikenal dengan usaha bisnis yang menawarkan produk berupa minuman berbau kopi dan makanan yang disukai oleh para konsumen. Ketertarikan para konsumen dalam menikmati sajian yang ada pada sebuah *coffee shop* tentunya menjadi pendorong mereka untuk selalu datang pada waktu-waktu tertentu. Bukan hanya dari makanan ataupun minuman kopinya saja yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk datang pada sebuah *coffee shop*. Daya tarik lainnya adalah tempat yang menarik serta rasa ketertarikan yang diberikan oleh *coffee shop* terhadap para konsumen yang akan datang. Untuk desain dari sebuah coffee shop tentunya menjadi

perhatian yang sangat penting bagi para pecinta kopi saat mengunjungi coffee shop tersebut. Semakin menarik sebuah coffee shop maka tinggi pula kemungkinan seorang konsumen akan melakukan pembelian pada coffee shop tersebut.

Konsumen dengan produk yang di tawarkan harus lah memiliki kecocokan terhadap kebutuhan oleh konsumen. Banyak nya kebutuhan konsumen membuat mereka harus melakukan pembelian terhadap suatu produk yang mereka inginkan akan tetapi sebelum melakukan pembelian konsumen tentunya akan memilih yang terbaik dalam menentukan keputusan pembelian mereka. Dorongan terhadap konsumen sangat mempengaruhi keputusan pembelian mereka terhadap suatu produk. Keputusan pembelian pada konsumen dapat diartikan sebagai hasil akhir dari banyaknya pilihan produk yang ada di depan mereka. Untuk keputusan pembelian konsumen ini didukung oleh (Batu et al., 2019) yang mengatakan bahwa pembelian konsumen dipengaruhi oleh niat pembelian dan keputusan pembelian dari konsumen. Hal ini juga di dukung oleh (R. M. Sari & Prihartono, 2021) yang juga mengatakan bahwa konsumen akan melakukan pembelian jika produk yang ditawarkan memenuhi keinginan dari konsumen tersebut. Keputusan pembelian konsumen bisa dipengaruhi oleh beberapa variabel, dan salah satunya adalah daya tarik iklan melalui instagram.

Konsumen akan mudah mengenali sebuah produk jika ia mendapatkan informasi suatu produk dengan cukup. Informasi yang sering disampaikan kepada khalayak publik akan memunculkan rasa ingin memiliki produk yang ditawarkan tersebut. Untuk salah satu metode penyampaian informasi produk kepada konsumen adalah

menggunakan iklan pada platform aplikasi instagram dalam rangka meningkatkan daya tarik dari suatu produk. Semakin besarnya daya tarik dari iklan yang di sebarkan melalui aplikasi instagram maka meningkat pula tingkat pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen. Untuk daya tarik iklan melalui instagram ini didukung oleh (Sumarto et al., 2020) yang mengatakan bahwa banyaknya iklan melalui instagram akan mampu menarik konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini juga didukung oleh (Suryawijaya & Rusdi, 2021) yang mengatakan bahwa iklan yang menarik dan kreatif akan mampu memberikan daya tarik terhadap konsumen melalui produk yang di tawarkan. Selain dari daya tarik iklan melalui instagram, ada juga minat beli yang bisa memengaruhi keputusan konsumen.

Sebelum pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk, konsumen haruslah memiliki ketertarikan atau minat dalam membeli produk tertentu. Hal ini ditujukan agar konsumen tidak memiliki kesalahan saat akan hendak membeli sesuatu. Produk yang menarik akan memunculkan suatu minat beli dari konsumen terhadap suatu produk. Minat beli bisa dikatakan sebagai respon yang dikeluarkan oleh konsumen pada produk tertentu. Oleh karena itu sangatlah penting dalam menumbuhkan minat beli dari konsumen terhadap suatu produk. Menurut (Vania & Simbolon, 2021) bahwa minat beli konsumen dapat ditimbulkan karena informasi suatu produk yang didapatkan, dan menurut (Solihin, 2020) bahwa minat beli haruslah dipengaruhi untuk menarik konsumen dalam melakukan pembelian. Pengaruh yang

diberikan oleh daya tarik iklan melalui instagram dan minat beli terhadap keputusan pembelian konsumen juga berpengaruh pada Luar Garis Coffee.

Luar Garis Coffee adalah suatu kegiatan bisnis di kota batam yang berkembang pada saat ini. Luar Garis Coffee bergerak dalam penyediaan minuman dan makanan yang bercirikan minuman rasa k. Luar Garis Coffee hadir pada bulan November 2020, yang dapat diketahui bahwa usaha ini masih cukup baru karena operasionalnya baru berjalan kurang lebih dua tahun. Dalam kegiatan operasionalnya, *coffee shop* ini akan dikunjungi oleh pembeli yang tertarik untuk membeli beragam pilihan produk yang telah disediakan. *Coffee shop* menjadi kegiatan bisnis dengan perkembangan yang pesat di daerah Kota Batam.

Pendirian *coffee shop* ini tentunya bertujuan untuk mengikuti perkembangan selera pada masa ini. Perkembangan selera para konsumen kepada *coffee shop* tentunya akan memiliki perbedaan dari masa ke masa. Setiap konsumen yang datang ke luar garis coffee berharap untuk dapat merasakan produk yang ditawarkan yaitu kopi dan makanan yang tersedia. Berbagai macam varian menu yang ada pada Luar Garis Coffee berupa makanan dan minuman yang tentunya cukup untuk membuat konsumen menikmati berada di luar garis coffee. Luar Garis Coffee menjadi satu dari sekian banyak tempat tongkrongan yang sangat digemari pada masa kini. Lokasi yang strategis serta desain tempat yang bagus menjadi keunggulan bagi Luar Garis Coffee dalam menarik konsumen.

Tabel 1. 2 Jumlah Konsumen Luar Garis Coffee Pada Tahun November 2022- April 2023

No.	Bulan	Pengunjung
1.	November 2022	1.350
2.	Desember 2022	1.400
3.	Januari 2023	1.276
4.	Februari 2023	1.286
5.	Maret 2023	1.090
6.	April 2023	1.374

Sumber: Luar Garis Coffee, 2022-2023

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa total konsumen atau pengunjung yang datang pada Luar Garis Coffee sangat beragam jumlahnya. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh banyak hal yang tidak dapat di prediksi oleh pihak manajemen Luar Garis Coffee mengenai datangnya para konsumen. Adapun jumlah pengunjung yang tertinggi terdapat pada bulan desember tahun 2022, dengan pengunjung sebanyak 1.400 orang. Untuk bulan yang kedua yang memiliki tingkat pengunjung tertinggi ada pada bulan April 2023, dengan total pengunjung sebanyak 1.374 orang.

Ketertarikan dari konsumen kalangan muda dapat ditarik dengan menggunakan bentuk atau konsep Luar Garis Coffee sendiri. Fasilitas yang dibangun juga mampu untuk memanjakan konsumen yang gemar dalam berfoto-foto. Hal ini disebabkan luar garis coffee memiliki lokasi luar ruangandan dalam ruangan bagi konsumen dalam menikmati produk di Luar Garis Coffee. Inilah alasan 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. Makanya, peneliti ingin melaksanakan mengenai strategi promosi l`serta minat beli yang dilayangkan oleh sebagian coffee shop yang terletak di Kec. Sekupang , Kota Batam, Kepulauan Riau yaitu luar garis coffee. Luar Garis Coffee tentunya berdiri tidak tanpa permasalahan. Adapun permasalahan yang dihadapi pertama adalah daya tarik iklan melalui instagram.

Tabel 1. 3 Data Follower instagram Coffeshop Tahun 2023

No	Instagram	Followers	Jumlah Postingan	Rata-rata like
1.	@luargaris.coffee	3.309	376	37
2.	@levelup.btm	14.500	350	150
3.	@amati_coffee	6.349	333	303
4.	@suaka_coffeebar_dan_resto	4.565	187	45

Sumber: Instagram, 2023

Dari tabel 1.3 diatas bisa dilihat yakni luar garis coffee memiliki pengikut instagram sebanyak 3.309 yang aktif. Hal ini menandakan bahwa luar garis coffee memiliki banyak pengikut yang pernah melakukan pembelian di tempat tersebut. Akan tetapi hal tersebut belum terlalu mampu meningkatkan jumlah like terhadap produk yang ditawarkan melalui iklan pada instagram. Daya tarik iklan pada instagram luar garis coffee harus lah ditingkatkan agar mampu menarik konsumen kedepannya. Selain dari jumlah like yang sedikit pada postingan instagram luar garis coffee ada

juga jumlah postingan yang masih terlalu sedikit. Selain dari daya tarik iklan melalui instagram, ada juga permasalahan melalui minat beli dari konsumen luar garis coffee terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1. 4 Prasurvey Konsumen Mengenai Luar Garis Coffe Pada Tahun 2023

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda menikmati produk yang di tawarkan oleh Luar Garis Coffee?	29	6
2.	Apakah anda mengetahui produk Luar Garis Coffee dari iklan yang ditampilkan di media sosial instagram?	10	25
3.	Apakah saat anda membeli produk Luar Garis Coffee berdasarkan keinginan anda?	15	20
4.	Apakah anda menyukai produk yang ditawarkan oleh Luar Garis Coffee?	17	18
5.	Apakah anda selalu tertarik untuk melakukan pembelian lagi dikemudian hari di Luar Garis Coffee?	11	24

Sumber: Peneliti, 2023

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel 1.4, dapat dilihat bahwa konsumen secara mayoritas menyatakan tidak pada beberapa pernyataan yang telah diberikan. Pada pernyataan pertama mengenai tanggapan bahwa konsumen menikmati produk yang ditawarkan oleh Luar Garis Coffee, mayoritas konsumen menjawab ya. Akan tetapi pada pernyataan selanjutnya, mayoritas konsumen menjawab tidak mengenai iklan dan pembelian yang mereka lakukan pada Luar Garis Coffee. Dari pernyataan yang mewakili daya tarik iklan melalui instagram, minat beli, dan keputusan pembelian, hal ini merupakan salah hal-hal yang pembelian konsumen pada Luar Garis Coffee. Untuk melihat sejauh mana hasil dari penelitian ini mengenai

pengaruh daya tarik iklan melalui instagram dan minat beli terhadap keputusan pembelian, maka haruslah dilanjutkan dengan penelitian lebih lanjut terhadap para konsumen mengenai Luar Garis Coffee.

Permasalahan yang dihadapi pada minat beli konsumen sangatlah beragam terhadap keputusan pembelian konsumen pada luar garis coffee. Tingginya minat beli konsumen akan menguntungkan penjualan dari luar garis coffee. Oleh sebab itu peranan minat beli sangatlah penting dalam pengambilan keputusan dari konsumen. Adapun permasalahan yang berkaitan dengan minat beli yaitu konsumen tidak terlalu tertarik terhadap produk yang ditawarkan sehingga produk tidak laku terjual. Selain itu ada juga permasalahan minat beli yaitu daya beli konsumen terhadap suatu barang tidak tercapai. Permasalahan-permasalahan ini haruslah dicari jalan keluarnya. Semakin cepat permasalahan terselesaikan maka semakin tinggi keputusan pembelian oleh seorang konsumen pada luar garis coffee. Adapun daya tarik iklan melalui instagram dan minat beli ini mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada luar garis coffee.

Dari latar belakang yang telah dijabarkan, maka judul yang di ambil oleh peneliti adalah **“PENGARUH DAYA TARIK IKLAN MELALUI INSTAGRAM DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LUAR GARIS COFFEE”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan pada latar belakang yang menjadi acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian, maka bisa diidentifikasi permasalahan pada penelitian ini, yaitu:

1. Jumlah like pada instagram masih sedikit sehingga konsumen tidak terlalu tertarik
2. Jumlah postingan dari instagram Luar Garis Coffee tidak terlalu menunjukkan aktivitas yang ramai
3. Konsumen tidak terlalu tertarik terhadap produk yang ditawarkan
4. Daya beli konsumen terhadap suatu barang tidak tercapai
5. Tingkat pengunjung Luar Garis Coffee masih belum stabil setiap bulannya

1.3 Batasan Masalah

Dari hasil identifikasi permasalahan yang telah ada, maka peneliti akan melakukan pembatasan masalah pada penelitian ini. Adapun batasan masalah yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini berpusat pada konsumen yang membeli produk pada Luar Garis Coffee di kawasan KDA Batam Centre.
2. Penelitian ini akan melihat pengaruh dari daya tarik iklan melalui instagram dan minat beli terhadap keputusan pembelian pada Luar Garis Coffee.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah dan batasan masalah yang telah dilakukan, maka selanjutnya dilakukan perumusan masalah, sebagai berikut :

1. Apakah Daya tarik iklan melalui instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Luar Garis Coffee ?
2. Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Luar Garis Coffee ?
3. Apakah daya tarik iklan melalui instagram dan minat beli berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Luar Garis Coffee ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan sebagai kegiatan untuk membantu banyak objek penelitian lainnya untuk memecahkan permasalahan yang ada. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah daya tarik iklan melalui instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada luar garis coffee.
2. Untuk mengetahui apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada luar garis coffee.
3. Untuk mengetahui apakah daya tarik iklan dan minat beli berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada luar garis coffee.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian yang dikerjakan pada Luar Garis Coffee dapat memberikan manfaat berupa teori-teori yang ada. Dengan adanya penelitian yang ada maka pihak manajemen dari Luar Garis Coffee akan dipermudah dalam pengetahuan tentang keinginan dari konsumen dan indikator apa yang akan memperbanyak penjualan dari produk yang ditawarkan Luar Garis Coffee kepada para konsumen.

1.6.2 Manfaat Praktis

Berdasarkan hasil dari observasi ini akan menjadi salah satu acuan yang praktis dalam penerapannya. Penelitian ini bermaksud berguna untuk:

1. Luar Garis Coffee

Penelitian tentunya bisa bermanfaat bagi Luar Garis Coffee. Hal ini dikarenakan yang menjadi objek penelitian peneliti adalah Luar Garis Coffee. Oleh karena itu, Luar Garis Coffee akan dipengaruhi cara kerjanya dari penelitian ini

2. Universitas Putera Batam

Terhadap Instansi Universitas Putera Batam, penelitian ini di masa yang akan datang menjadi referensi bagi penelitian lainnya. Referensi ini dapat dipergunakan oleh mahasiswa yang memiliki variabel penelitian yang sama dengan penulis sehingga teori-teori pada penelitian ini bisa menjadi pembanding terhadap penelitian lainnya.

3. Peneliti

Manfaat yang didapatkan secara praktis dari penelitian ini yaitu pengalaman yang sangat berharga. Pengalaman dari penelitian ini dapat diterapkan dan di aplikasikan oleh peneliti jika suatu saat ingin membuka suatu usaha bisnis dengan jenis usaha yang sama.