

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Skyways Coffee & Creative Space

Skyway Coffee & Creative Space adalah sebuah kafe yang berlokasi di Jalan Jeruk No. 54 Kubu Gadang, Kelurahan Kotokociak Kubu Tapakrajo, Kecamatan Payakumbuh Utara, Payakumbuh, Sumatera Barat. Kafe ini diresmikan pada 3 Juli 2023 dan memiliki konsep yang berbeda dari kafe lainnya. Skyway Coffee & Creative Space menawarkan ruang kreatif bagi siapa saja sambil bekerja maupun nongkrong, serta menjadi tempat yang nyaman bagi keluarga. *Founder*, Muhammad Ikhsan (*CEO*), yang memiliki latar belakang di bidang olahraga, seni budaya, dan pariwisata, melihat potensi dari kafe sebagai usaha, tetapi juga sebagai platform untuk kegiatan komunitas. Tertarik pada kopi dan ingin menghasilkan lingkungan yang nyaman yang dapat membangun kreativitas dan komunitas.



**Gambar 1. 1 Live Music**

*Sumber : Instagram Skyways Coffee & Creative Space, 2024*

Tujuan pembentukan Skyway Coffee & Creative Space adalah untuk membentuk komunitas dan membuat ruang untuk orang-orang berkumpul bersama. Skyway Coffee & Creative Space ingin menjadi ruang kreatif bagi siapa saja, baik

untuk bekerja maupun nongkrong. Ini menjadikan kafe ini lebih dari sekedar tempat nongkrong, tetapi juga menghadirkan *Co-Working Space* yang dapat dimanfaatkan, baik itu sewa per *meeting* atau perbulan. Skyway Coffee & Creative Space mengusung konsep baru dan berbeda dari kafe-kafe atau tempat nongkrong lain yang ada di Payakumbuh. Skyway Coffee & Creative Space menawarkan variasi minuman kopi dan beberapa pilihan minuman lain, yang menyesuaikan rasa asli biji kopi dan memberikan pengalaman kopi yang lebih *tercurated*. Kafe ini juga menghadirkan acara dan program, seperti *skytalk*, yang bertujuan untuk menunjukkan talenta lokal dan memberikan platform untuk anak muda untuk mengakibatkan kreativitas yang dimiliki.

### 1.1.2 Logo Skyways Coffee & Creative Space

Berikut ini adalah logo perusahaan dari Skyways Coffee & Creative Space :



**Gambar 1. 2 Logo Perusahaan**

*Sumber : Instagram Skyways Coffee & Creative Space*

Makna Logo :

#### 1. Langit

- Langit melambangkan kreativitas dan imajinasi.
- Bentuk lengkungan langit yang memanjang ke atas menunjukkan ambisi dan semangat untuk mencapai ketinggian baru.
- Warna biru langit yang cerah dan menyegarkan melambangkan optimisme dan energi positif.

## 2. Secangkir Kopi

- Secangkir kopi melambangkan produk utama dari Sky Way Coffee & Creative Space, yaitu kopi.
- Bentuk cangkir yang sederhana dan elegan menunjukkan kualitas dan rasa kopi yang ditawarkan.
- Uap yang keluar dari cangkir kopi menunjukkan aroma dan rasa kopi yang menggoda.

## 3. Teks "*Creative Space*"

- Teks "*Creative Space*" menunjukkan bahwa Sky Way Coffee & Creative Space bukan hanya kedai kopi biasa, tetapi juga tempat yang ideal untuk bekerja, belajar, dan berkreasi.
- Kata "*Creative*" dan "*Space*" dicetak dengan *font* yang modern dan dinamis, menunjukkan suasana yang kreatif dan inspiratif di Sky Way Coffee & Creative Space.

## 4. Kombinasi Warna

- Perpaduan warna biru langit, dan putih menciptakan suasana yang harmonis dan nyaman.
- Warna biru melambangkan ketenangan dan kedamaian, sedangkan warna putih melambangkan kesederhanaan dan kemurnian.

### **1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan**

Berikut ini merupakan Visi dan Misi Skyways Coffee & Creative Space adalah sebagai berikut :

#### **1.1.3.1 Visi**

Menjadi kedai kopi dan ruang kreatif terdepan yang menginspirasi dan memberdayakan komunitas melalui kopi berkualitas, ruang yang nyaman, dan pengalaman yang kreatif.

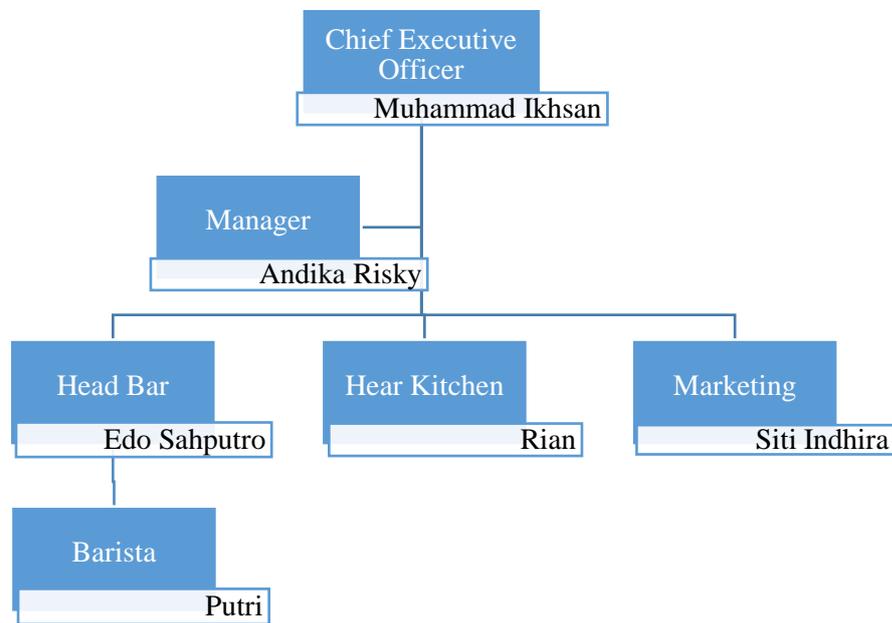
#### **1.1.3.2 Misi**

1. Menjadi tempat kreatif dan inovatif untuk masyarakat, khususnya anak muda di Kota Payakumbuh.
2. Menyajikan kopi berkualitas tinggi

3. Menciptakan ruang yang nyaman dan inspiratif
4. Membangun komunitas yang kreatif
5. Memberikan layanan yang ramah dan profesional kepada semua pelanggan.
6. Menjadi perusahaan yang berkelanjutan

#### 1.1.4 Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan struktur organisasi dari Skyways Coffee & Creative Space adalah sebagai berikut,



**Gambar 1. 3 Struktur Organisasi Perusahaan**

*Sumber : Data Perusahaan, 2024*

#### 1.1.5 Menu Skyways Coffee & Creative Space

Berikut ini beberapa menu yang tersedia di Skyways Coffee & Creative Space adalah sebagai berikut,



## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri *F&B-Food & Beverage* (F&B) di Indonesia berpotensi menjadi pemain kunci dalam rantai pasokan F&B global. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, PDB industri makanan & minuman di Indonesia pada triwulan III 2023 mengalami peningkatan 3,28% , yang memberikan kontribusi sekitar 34% terhadap total PDB. *F&B-Food & Beverage* 2024 bisa menjadi langkah strategis yang potensial bagi pelaku usaha di Indonesia, untuk bisa melakukan transformasi bisnis F&B di Indonesia, dengan membentuk masa depan industri yang lebih baik. Seperti bisnis F&B yakni kafe (Jawapost.com, 2024)

Perkembangan bisnis kafe di Indonesia saat ini khususnya dikota-kota besar semakin berkembang dengan pesat. Banyak bermunculan wirausahawan yang membuka usaha kafe dengan berbagai konsep atau ide-ide yang dibuat untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan. Tidak hanya dikota besar bahkan juga merambah ke kota kecil. Hal ini dapat dilihat banyaknya kafe yang bermunculan dikarenakan kafe sudah menjadi gaya hidup masyarakat dan bervariasinya kebutuhan konsumen serta diikuti kreatifitas dan kemauan para pembuat kafe untuk menyediakan serta memenuhi kebutuhan masyarakat, hal ini menimbulkan kemudahan untuk para konsumen dalam menemukan tempat bersantai berbentuk kafe.

Pertumbuhan ekonomi yang saat ini terlihat dalam minat para konsumen pada kafe yang menyebabkan berkembangnya usaha kafe pada suatu daerah, semakin maraknya persaingan yang terjadi pada usaha kafe ini membuat para pemilik kafe termotivasi membuat strategi-strategi untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian pada kafe miliknya. Strategi yang umum digunakan oleh para pemilik dalam menarik konsumen yaitu dengan cara membuat dekorasi kafe mengikuti trend yang sedang dimintai masyarakat, membuat inovasi pada setiap produk, dan membuat suasana kafe sesuai dengan yang diinginkan para konsumen seperti menyediakan hiburan berbentuk musik serta meningkatkan pelayanan kepada para konsumen (Aini *et, al*, 2021) berikut ini beberapa kafe di Payakumbuh yang menawarkan konsep yang unik,

**Tabel 1. 1 Beberapa Kafe yang ada di Payakumbuh**

No.	Nama Coffee Shop	Logo	Alamat
1.	Ribian Coffee & Tea		Jl. Soekarno - Hatta No.70, Balai Nan Duo, Kec. Payakumbuh Bar., Kota Payakumbuh, Sumatera Barat
2.	Gubuk Coffee Central		Jl. Jend Sudirman No.75, Balai Gadang, Kec. Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh, Sumatera Barat
3.	Heyya Coffee		Jl. Jend Sudirman No.24, Balai Baru, Kec. Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh, Sumatera Barat
4.	Skyways Coffee & Creative Space		Jl. Jeruk No.54, Kubu Gadang, Kec. Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh, Sumatera Barat
5.	Gudang Coffee		Jalan Ir. Soekarno hatta No.137, RT 04 RW 01 Kelurahan Padang Tengah, Balai Nan Duo, Kec. Payakumbuh Bar., Kota Payakumbuh, Sumatera Barat
6.	Kedai Kopi 68		Jl. Ahmad Yani, Daya Bangun, Kec. Payakumbuh Bar., Kota Payakumbuh, Sumatera Barat

7.	One Sky Coffee & Lounge		Payolansek, Payakumbuh Barat, Payakumbuh City, West Sumatra
8.	Uda Espresso Cafe & Roastery		Jl. Soekarno - Hatta No.Kelurahan, Parik Rantang, Kec. Payakumbuh Bar., Kota Payakumbuh, Sumatera Barat
9.	Kopigo Payakumbuh		Jl. Soekarno - Hatta No.203, Bulakan Balai Kandih, Kec. Payakumbuh Bar., Kota Payakumbuh, Sumatera Barat
10.	Foresthree Coffee Payakumbuh		Jl. Soekarno - Hatta No.1, RT.1, Parik Rantang, Kec. Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh, Sumatera Barat

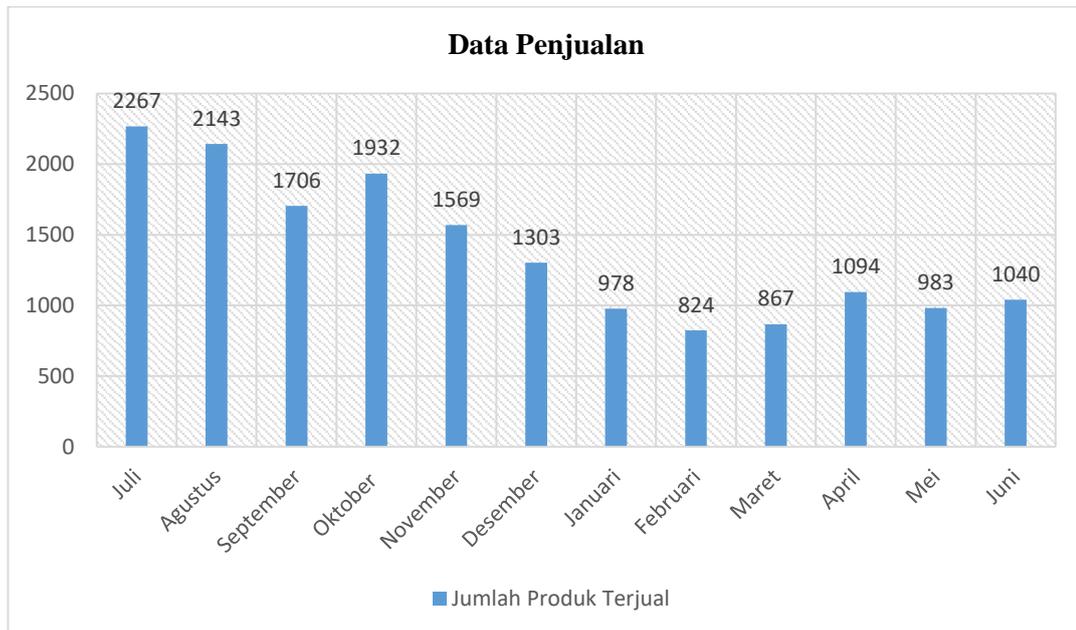
*Sumber : Google Reviews, 2024*

Salah satu kafe yang telah berusia 1 tahun adalah Skyway Coffee & Creative Space sebuah kafe yang berlokasi di Jalan Jeruk No. 54 Kubu Gadang, Kelurahan Kotokociak Kubu Tapakrajo, Kecamatan Payakumbuh Utara, Payakumbuh, Sumatera Barat. Kafe ini diresmikan pada 3 Juli 2023 dan memiliki konsep yang berbeda dari kafe lainnya. Skyway Coffee & Creative Space menawarkan ruang kreatif bagi siapa saja sambil bekerja maupun nongkrong, serta menjadi tempat yang nyaman bagi keluarga.

Konsep unik yang diusung oleh Skyway Coffee & Creative Space menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Skyway Coffee & Creative Space menyediakan area yang dirancang khusus untuk mendukung kegiatan kreatif, mulai dari rapat kecil hingga sesi brainstorming. Selain itu, suasana yang ramah dan fasilitas yang memadai menjadikan kafe ini sebagai tempat ideal bagi keluarga yang ingin menghabiskan waktu bersama sambil menikmati berbagai pilihan menu

makanan dan minuman yang ditawarkan. Namun, di balik keunikan dan kenyamanannya, bisnis Skyway Coffee & Creative Space menghadapi tantangan. Menurut laporan yang disampaikan oleh pemilik kafe, Muhammad Ikhsan, dalam rentang satu tahun operasionalnya, kafe ini mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan. Hal ini terlihat dari grafik yang menunjukkan tren penjualan yang menurun. Berbagai faktor mungkin berkontribusi terhadap penurunan ini, seperti meningkatnya persaingan di industri kafe lokal dan perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi.

Dalam upaya untuk mengatasi tantangan ini, Muhammad Ikhsan berencana untuk melakukan beberapa langkah strategis. Salah satunya adalah meningkatkan promosi dan pemasaran melalui media sosial, serta menawarkan program loyalitas untuk menarik kembali pelanggan setia. Selain itu, mereka juga berencana untuk mengadakan acara komunitas dan workshop kreatif guna menarik lebih banyak pengunjung dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat sekitar. Dengan inovasi dan strategi yang tepat, diharapkan Skyway Coffee & Creative Space dapat kembali bangkit dan menjadi salah satu kafe favorit di Payakumbuh.



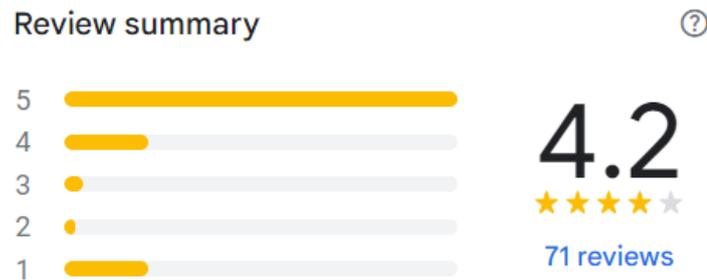
**Gambar 1.5 Data Penjualan Skyways Coffee & Creative Space Bulan Juli 2023 - Juni 2024 (Satu Tahun)**

*Sumber : Data Perusahaan, 2024*

Berdasarkan data penjualan 1.5 terlihat adanya fluktuasi penjualan dalam 1 tahun terakhir, kenaikan penjualan yang tajam pada bulan-bulan awal karena sebagai tempat baru Skyways Coffee & Creative Space berhasil menarik minat pelanggan karena faktor penasarannya dan ingin mencoba suatu hal yang baru. Namun beberapa bulan setelah itu terjadi fluktuasi yang cukup besar disebabkan karena menyebabkan hal tersebut terjadi diantaranya terdapat keluhan mengenai pelayanan staff pada google review yang dilakukan oleh pelanggan setelah datang ke Skyways Coffee & Creative Space.

Namun, beberapa bulan setelahnya, penjualan mulai mengalami fluktuasi yang cukup besar. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap penurunan ini adalah keluhan mengenai pelayanan staff yang muncul di Google Review. Banyak pelanggan yang mengungkapkan ketidakpuasan mereka terkait pelayanan yang kurang memuaskan, yang dapat memengaruhi citra kafe di mata masyarakat. Dengan adanya umpan balik negatif ini, penting bagi manajemen Skyway Coffee & Creative Space untuk segera mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan

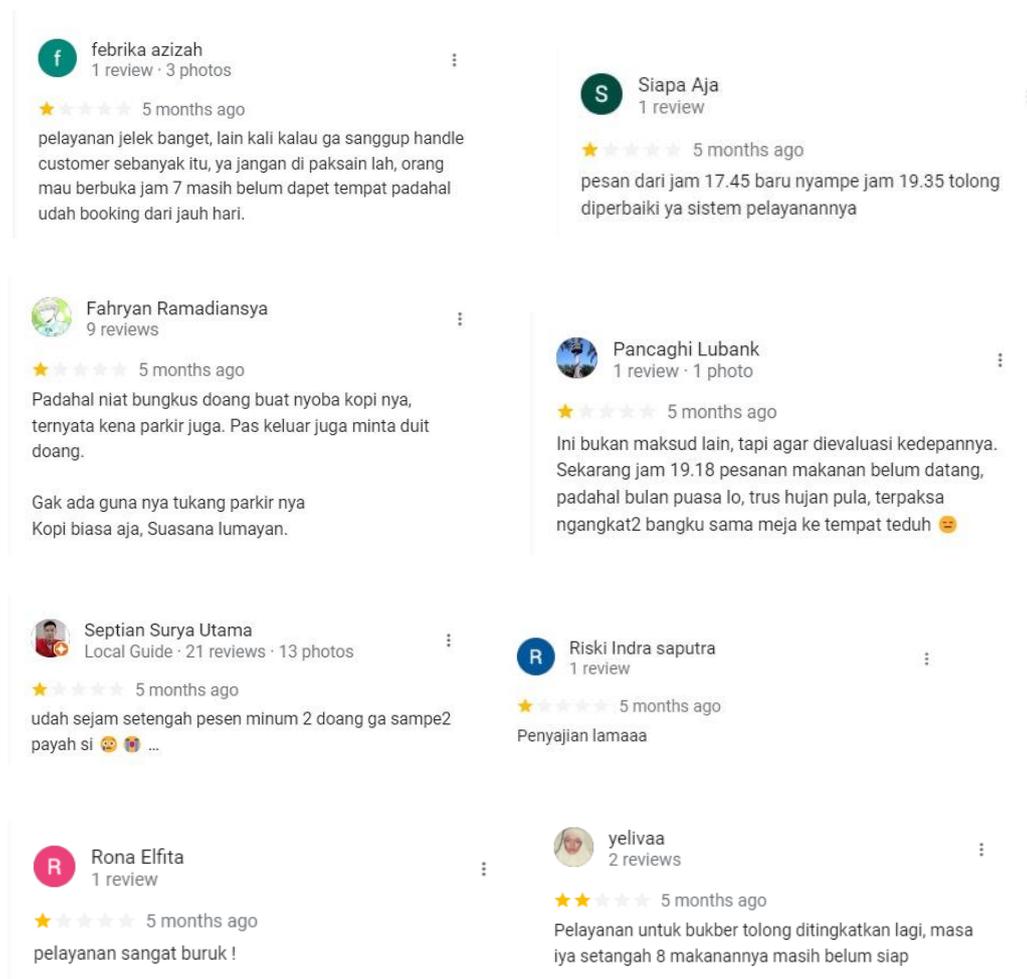
agar dapat mengembalikan kepercayaan pelanggan dan menarik kembali pengunjung.



**Gambar 1. 6 Rating Skyways Coffee & Creative Space pada Google Review**  
*Sumber : Google Review, 2024*

Reputasi yang baik di Google dengan rating rata-rata 4.2 dari 5 bintang menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan produk dan layanan yang diberikan oleh Skyways Coffee & Creative Space. Rating 5 bintang yang mendominasi ulasan pelanggan mencerminkan apresiasi terhadap kualitas produk, suasana tempat, dan pelayanan yang diberikan. Faktor seperti varian menu yang menarik, kenyamanan lokasi, serta keramahan staf menjadi alasan utama mengapa banyak pelanggan memberikan ulasan positif. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif dan pengalaman pelanggan yang menyenangkan turut berkontribusi terhadap penilaian positif ini.

Namun, adanya ulasan dengan rating 1 bintang menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek yang masih perlu diperbaiki, khususnya dalam dimensi kualitas pelayanan. Ulasan negatif tersebut sering kali berkaitan dengan masalah seperti keterlambatan penyajian, ketidaksesuaian pesanan, atau interaksi yang kurang memuaskan antara staf dan pelanggan. Hal ini menandakan bahwa meskipun mayoritas pelanggan puas, ada sebagian kecil pelanggan yang memiliki ekspektasi lebih tinggi terhadap pelayanan yang diberikan. Faktor-faktor seperti pengalaman pribadi, ekspektasi pelanggan yang berbeda-beda, serta situasi saat kunjungan turut mempengaruhi penilaian negatif tersebut.



**Gambar 1. 7 Ulasan Pelanggan pada Google Review**

*Sumber : Google Review, 2024*

Dari gambar 1.7 yang ditampilkan di atas, terlihat beberapa ulasan dari Google Review yang mencerminkan pengalaman kurang baik yang dialami oleh konsumen saat berkunjung ke Skyway Coffee & Creative Space. Banyak dari ulasan tersebut menyoroti kualitas pelayanan yang dianggap tidak memadai, dengan beberapa pelanggan mengeluhkan tentang lambatnya respon staff, kesalahan dalam pesanan, dan kurangnya perhatian terhadap kebutuhan pengunjung. Ulasan-ulasan ini jelas menunjukkan bahwa ada masalah signifikan yang perlu segera ditangani. Masalah ini tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan, tetapi juga berpotensi memengaruhi citra Skyway Coffee & Creative Space di mata publik. Ketidakpuasan yang diungkapkan oleh pelanggan di platform *online* dapat dengan

cepat menyebar dan memengaruhi keputusan pengunjung potensial untuk mencoba kafe ini. Oleh karena itu, penting bagi manajemen untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem pelayanan yang ada, serta memberikan pelatihan tambahan kepada staff agar dapat memberikan layanan yang lebih baik. Dengan mengatasi isu ini secara proaktif, Skyway Coffee & Creative Space memiliki peluang untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan membangun reputasi positif di komunitas.

Untuk mengidentifikasi secara lebih mendalam faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penurunan pendapatan dari pembelian di Skyways Coffee & Creative Space, penulis akan melakukan riset pra-survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden pelanggan Skyways Coffee & Creative Space. Melalui survei ini, diharapkan dapat mengungkap permasalahan yang belum teridentifikasi sebelumnya, seperti persepsi pelanggan terhadap bauran pemasaran dan kualitas pelayanan dan faktor eksternal lainnya yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian.

**Tabel 1. 2 Hasil Pra Survei Bauran Pemasaran**

No.	Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Jawaban	
				Ya	Tidak
1.	Bauran Pemasaran	Product (produk)	Produk Skyways Coffee & Creative Space layak untuk dibeli	46.7%	53.3%
			Skyways Coffee & Creative Space sudah melakukan inovasi dalam membuat varian produk makanan dan minuman	50%	50%
			Kualitas produk Skyways Coffee & Creative Space sangat baik dibandingkan	36.7%	63.3%

		dengan coffeeshop lainnya		
	Price (Harga)	Harga yang ditawarkan Skyways Coffee & Creative Space termasuk kategori terjangkau	50%	50%
	Place (Lokasi)	Lokasi Skyways Coffee & Creative Space strategis	33.3%	66.7%
	Promotion (promosi)	Skyways Coffee & Creative Space melakukan promo yang menarik bagi pelanggan	40%	60%

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2024*

Berdasarkan hasil dari pra survei yang dilakukan terhadap pelanggan Skyways Coffee & Creative Space, dapat dilihat pada tabel 1.2 bahwa terdapat beberapa aspek dalam bauran pemasaran yang perlu ditingkatkan. Meskipun terdapat beberapa presentase responden yang menyatakan puas dengan beberapa aspek, namun secara keseluruhan, hasil survei menunjukkan adanya beberapa aspek yang perlu menjadi perhatian serius.

Sebanyak 46,7% responden menyatakan produk (makanan dan minuman) Skyways Coffee & Creative Space layak untuk dibeli, namun 53,3% lainnya belum sepakat. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada ruang untuk meningkatkan kualitas dan variasi produk yang ditawarkan. Selain itu, hanya 36,7% responden yang berpendapat bahwa kualitas produk Skyways Coffee & Creative Space sangat baik dibandingkan dengan kafe lainnya. Persepsi pelanggan terhadap harga produk Skyways Coffee & Creative Space terbagi cukup merata, dengan masing-masing 50% responden berpendapat harga terjangkau dan tidak terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa harga mungkin bukan menjadi faktor penentu utama dalam keputusan pembelian pelanggan. Aspek lokasi menjadi salah satu area yang perlu diperhatikan serius. Hanya 33,3% responden yang berpendapat bahwa lokasi

Skyways Coffee & Creative Space strategis. Artinya, mayoritas pelanggan merasa lokasi kafe kurang strategis atau tidak mudah diakses. Meskipun 40% responden menyatakan tertarik dengan promosi yang ditawarkan, namun 60% lainnya merasa promosi yang dilakukan kurang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang saat ini diterapkan belum efektif dalam menarik minat pelanggan.

**Tabel 1. 3 Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan**

No.	Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Jawaban	
				Ya	Tidak
1.	Kualitas Pelayanan	Reabilitas ( <i>Reliability</i> )	Pelayanan di Skyways Coffee & Creative Space melayani dengan baik	46.7%	53.3%
		Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Pelayanan di Skyways Coffee & Creative Space cepat tanggap terhadap konsumen	36.7%	63.3%
		Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Skyways Coffee & Creative Space mau mengganti produk yang dipesan jika tidak sesuai dengan permintaan konsumen	36.7%	63.3%
		Empati ( <i>Empathy</i> )	Karyawan memperhatikan setiap kebutuhan konsumen	33.3%	66.7%
		Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	Penampilan karyawan sopan dalam melayani konsumen	43.3%	56.7%

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan hasil dari survei kualitas pelayanan yang dilakukan pada tabel 1.3 dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan. Meskipun terdapat presentase responden yang menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan namun secara keseluruhan, hasil dari survei menunjukkan adanya beberapa aspek yang perlu menjadi perhatian serius. Aspek reabilitas masi tergolong cukup baik, dengan presentase sebesar 46,7% yang menyatakan puas. Namun, aspek daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik masi perlu ditingkatkan. Hanya sekitar sepertiga respon yang merasa pelayanan Skyways Coffee & Creative Space cepat tanggap, memberikan jaminan atas produk yang ditawarkan, dan menunjukkan empati terhadap kebutuhan pelanggan. Selain itu, kurang dari separuh responden merasa karyawan memberikan pelayanan yang sopan.

**Tabel 1. 4 Tabel 1.4 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian**

No.	Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Jawaban	
				Ya	Tidak
1.	Keputusan Pembelian	Pilihan Produk	Konsumen memilih Skyways Coffee & Creative Space karena produk yang ditawarkan sangat variatif	46.7%	53.3%
		Pilihan Merek	Konsumen mempercayakan Skyways Coffee & Creative Space karena telah memiliki citra yang baik di Kota Payakumbuh	36.7%	63.3%
		Pilihan Penyalur	Konsumen memilih Skyways Coffee & Creative Space karena mudah untuk	40%	60%

			mendapatkan produk yang diinginkan		
		Waktu Pembelian	Konsumen lebih memilih melakukan pembelian di Skyways Coffee & Creative Space pada saat adanya promo atau diskon	40%	60%
		Jumlah Pembelian	Konsumen memilih untuk membeli produk sesuai dengan kebutuhan saja	43.3%	56.7%

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2024*

Berdasarkan hasil dari pra survei pada tabel 1.4 mengenai keputusan pembelian konsumen pelanggan Skyways Coffee & Creative Space bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih produk dan tempat membeli. Meskipun ada beberapa area yang perlu menunjukkan hasil yang positif, namun secara keseluruhan masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Sebanyak 46,7% responden memilih Skyways Coffee & Creative Space karena produk yang ditawarkan sangat variatif. Namun, 53,3% lainnya belum sepakat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun variasi produk menjadi daya tarik, namun masih perlu ditingkatkan untuk memenuhi preferensi semua pelanggan. Hanya 36,7% responden mempercayai merek Skyways Coffee & Creative Space. Artinya, mayoritas pelanggan belum sepenuhnya yakin dengan kualitas dan konsistensi produk yang ditawarkan. Hal ini mengindikasikan perlu adanya upaya lebih lanjut untuk membangun citra merek yang kuat dan terpercaya. Sebanyak 40% responden memilih Skyways Coffee & Creative Space karena mudah mendapatkan produk yang diinginkan. Namun, 60% lainnya merasa kurang mudah. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya evaluasi terhadap lokasi dan saluran distribusi yang ada. Sama seperti pilihan penyalur, waktu pembelian juga menunjukkan hasil yang kurang memuaskan. Hanya 40% responden yang lebih memilih membeli saat ada promo atau diskon. Artinya, strategi promosi yang saat ini diterapkan belum cukup efektif

untuk menarik pelanggan. Sebanyak 43,3% responden memilih untuk membeli produk sesuai dengan kebutuhan saja. Ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung melakukan pembelian yang rasional dan tidak terpengaruh oleh faktor-faktor lain.

Semua elemen dalam bauran pemasaran 7P tersebut berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga penting bagi pelaku usaha untuk memperhatikan setiap elemen tersebut. (Yusdianto, 2023). Hal serupa juga didukung dari penelitian Loekito et. al dengan judul “Analisa Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di Folks! Coffee Shop And Tea House Surabaya” dimana diketahui bahwa seluruh variabel komponen *marketing mix* baik *product, price, place, promotion, physical evidence, people*, maupun *process* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Folks! Coffee Shop and Tea House.

Selain bauran pemasaran, pada penelitian “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Mitra Sumber Utama Bekasi” yang membahas kualitas pelayanan berkontribusi signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan, menurut Dzikra (2020), adalah suatu sistem strategis yang melibatkan seluruh satuan kerja atau organisasi dari mulai pimpinan hingga pegawai untuk memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Pelayanan yang unggul mencakup berbagai dimensi, seperti keandalan, responsivitas, empati, kepastian, dan bukti fisik, yang secara langsung mampu meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Dalam penelitian ini, temuan mengenai pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Skyways Coffee & Creative Space melengkapi hasil penelitian terdahulu yang berfokus pada hubungan variabel-variabel tersebut dalam konteks industri jasa dan kuliner. Penelitian ini tidak hanya menegaskan kembali pentingnya bauran pemasaran sebagai faktor strategis yang memengaruhi perilaku konsumen, tetapi juga menambahkan dimensi spesifik mengenai penerapan strategi dalam bisnis kafe kreatif yang terus

berkembang. Variabel-variabel dalam bauran pemasaran, yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*, menjadi komponen kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan mendorong keputusan pembelian.

Pada penelitian ini ditemukan gap setelah mengkaji literatur terdahulu yang cenderung hanya berfokus pada beberapa elemen dari bauran pemasaran atau hanya meninjau pengaruh kualitas pelayanan secara parsial. Beberapa literatur menunjukkan bahwa faktor *product*, *price*, dan *promotion* sering kali menjadi perhatian utama, sementara dimensi *people*, *process*, dan *physical evidence* belum mendapatkan perhatian yang cukup mendalam. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya dilakukan pada industri jasa secara umum, namun belum banyak yang mengulas penerapan strategi secara komprehensif pada bisnis kafe kreatif yang menggabungkan aspek kualitas produk, ruang kerja kreatif, dan pengalaman pelanggan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melengkapi kekosongan literatur sebelumnya tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi Skyways Coffee & Creative Space dalam mengatasi masalah yang dihadapi dan meningkatkan keputusan pembelian pelanggan melalui optimalisasi bauran pemasaran dan peningkatan kualitas pelayanan. Hal ini tentunya perlu di analisis kembali bahwa analisis bauran pemasaran memberikan aspek penting dalam sebuah keputusan pembelian terutama di Skyways Coffee & Creative Space Payakumbuh, oleh karena itu peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul,

**“ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA SKYWAYS COFFEE & CREATIVE SPACE PAYAKUMBUH)”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah bauran pemasaran memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Skyways Coffee & Creative Space Payakumbuh?
2. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Skyways Coffee & Creative Space Payakumbuh?
3. Apakah bauran pemasaran dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Skyways Coffee & Creative Space Payakumbuh?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Skyways Coffee & Creative Space Payakumbuh.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Skyways Coffee & Creative Space Payakumbuh.
3. Untuk mengetahui bauran pemasaran dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Skyways Coffee & Creative Space Payakumbuh.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan untuk melengkapi penelitian sebelumnya yang dapat diambil dari manfaat dan memberikan gagasan baru bagi para UMKM dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Penelitian diharapkan dapat menambah referensi terkait variabel yang akan dibahas pada penelitian mendatang dan sebagai literatur tambahan untuk peneliti selanjutnya.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan sebagai referensi untuk Skyways Coffee & Creative Space di Payakumbuh untuk membantu Skyways Coffee & Creative Space di Payakumbuh dalam meningkatkan pemasarannya dan mempertimbangkan hal yang dapat menjadi faktor keputusan pembelian pada customer di Skyways Coffee & Creative Space Payakumbuh.

### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek penelitian yaitu konsumen atau calon konsumen yang mengetahui Skyways Coffee & Creative Space. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada Februari 2023 – Juli 2024.

### **1.7 Sitematika Penulisan Tugas Akhir**

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahul dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisi Data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**