

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi yang sekarang ada atau saat ini menghadirkan semakin banyak media informasi Terhadap jenis yang berbeda. Apalagi Terhadap adanya media informasi seperti media online, berasal dari sesuatu yang disebabkan atau dikarenakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi akan mempermudah penjual dan pembeli dapat menjadi sesuatu yang bisa melakukan transaksi kapan pun dan di manapun. Internet sendiri beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga sudah menjadi bagian bersumber atau melalui dari kehidupan di kalangan besar penduduk dunia. Mulai bersumber atau melalui dari urusan mencari informasi, bekerja, belanja beserta apa yang menyertai serta bersosial media dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa menyapa teman, kerabat maupun keluarga. merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan hal yang sudah lumrah di lakukan di kalangan masyarakat milenial. Pada saat ini, perkembangan teknologi informasi berjalan sangat pesat, maka oleh karena itu dan sehingga para komunitas dapat mendukung bisnis bersumber atau melalui dari beberapa segi ukuran , mulai bersumber atau melalui dari bisnis UMKM hingga bisnis besar . Dampak yang paling nyata selain dikenal beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga dapat meningkatkan penjualan, seperti meningkatkan penjualan laba, maka oleh karena itu dan

sehingga *Digital Marketing* merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan media pemasaran yang sangat berpengaruh yang diperuntukkan atau bagi perkembangan bisnis dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi sendiri

Digital Marketing sendiri merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan apa yang dinamakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi teknologi yang menjadi tempat pemasaran dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa berpromosi apa yang sering disebut dengan atau dinamakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi merk dan jasa, tujuannya merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa menjangkau pelanggan sebanyak-banyaknya maka oleh karena itu dan sehingga membuat produk tersebut banyak di kenal masyarakat luas. Seperti, usaha umkm minuman kopi yang yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu sudah atau telah memakai *Digital Marketing* sebagai media pemasaran Terhadap menyediakan berbagai atau macam-macam rasa variant kopi yang di gemari kalangan muda hingga lansia. Selain dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi *Digital Marketing* beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga dapat memudahkan konsumen ketika akan atau dalam melakukan transaksi beserta apa yang menyertai serta mudah di jangkau berasal dari sesuatu yang masyarakat luas, Terhadap memakai *Digital Marketing* komunikasi dan

transaksi pun dapat menjadi sesuatu yang bisa di lakukan setiap kapan pun. Selain *Digital Marketing* sebagai alat media pemasaran yang mudah di jangkau berasal dari sesuatu yang masyarakat luas, *Brand Experience* di sini beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga sangat berpengaruh, karena, jika perusahaan tersebut mampu membangun *Digital Marketing*, berasal dari sesuatu yang disebabkan atau dikarenakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi *Brand Experience* yang baik merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan sebuah pondasi dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa perusahaan disebabkan atau dikarenakan dapat menjadi sesuatu yang bisa memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Brand Experience sangat berperan yang itu dirasa penting dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa memberikan pelayanan yang unik kepada pelanggan, maka oleh karena itu dan sehingga nantinya produk dan jasa tersebut memiliki diferensiasi yang jauh lebih unggul di pasaran, manfaat yang di dapatkan yang jika atau jika apa yang disebutkan tadi apabilamemberikan *Brand Experience* kepada pelanggan tersebut merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan memberikan poin tersendiri yang diperuntukkan atau bagi pemilik usaha. Para pelanggan akan membuatapa yang dinamakandalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi brand lebih mudah diingat

dan menciptakan ikatan emosional antara brand Terhadap para pelanggannya. Selain itu, akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap brand tersebut.



Gambar 1.1 Alasan Konsumen Ke Kedai Kopi

Tabel di atas yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu sudah atau telah membuktikan bahwasanya yang berwarna hijau Terhadap presentase 50% di tandakan sebagai tempat yang memangyang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu sudah atau telah menyediakan free wifi, dan warna biru Terhadap presentase 19% sebagai tempat yang memang nyaman dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa mengobrol merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan apa yang dinamakandalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi bentuk *Brand Experience* yang berjalan Terhadap strategi-strategi yangyang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu sudah atau telah di tentukan. Terhadap adanya *Brand Experience* sangat berdampak

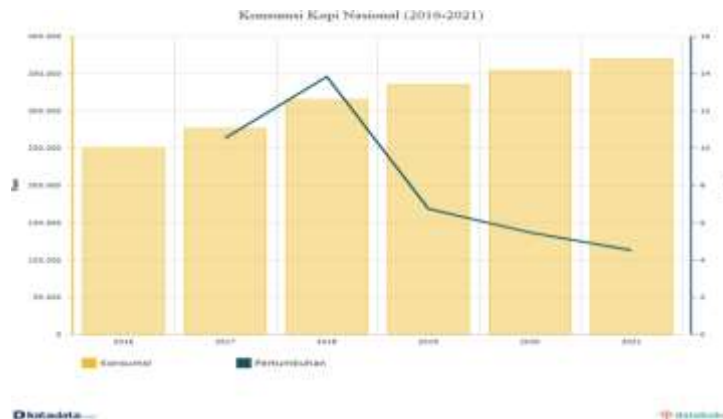
besar yang diperuntukkan atau bagi perusahaan tersebut maka oleh karena itu dan sehingga memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan, disebabkan atau dikarenakan pelanggan beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga tidak hanya mengharapkan keunggulan dan fungsi bersumber atau melalui dari produk tersebut, tetapi beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga pengalaman yang di dapatkan setelah membeli produk tersebut. seperti halnya brand kopi retail *starbuck* mereka tidak hanya focus pada kualitas dan variant produk saja, tetapi mereka beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga memberikan pengalaman yang menarik yang mampu menciptakan kenyamanan , maka oleh karena itu dan sehingga konsumen akan betah menikmati kopi tersebut .seperti contoh memutar music di toko kopinya yang menambah suasana semakin nyaman dan membuat para planggan rilek Ketika berada di kedai kopi tersebut ,sehingga seseorang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi atau orang secara tidak langsung akan memiliki sifat ingin membeli produk tersebut yang disebut minat beli .

Minat beli sendiri beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga pada dasarnya merupakan faktor pendorong ketika akan atau dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap apa yang dinamakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi produk. maka oleh karena itu dan sehingga konsumen akan memiliki rasa minat beli tersebut setelah melihat iklan atau promosi yang di lakukan perusahaan tersebut, setelah minat beli di lakuakn, konsumen akan menilai apakah produk layak

dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa dibeli. Berasal dari sesuatu yang disebabkan atau dikarenakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi bersumber atau melalui dari itu, perusahaan sangat yang itu dirasa penting menjaga sikap beserta apa yang menyertai serta kualitas yang baik terhadap konsumen, maka oleh karena itu dan sehingga akan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk tersebut. maka oleh karena itu dan sehingga timbulah rasa ingin tau, yang membuat konsumen memiliki rasa dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa memutuskan membeli produk tersebut.

Di sini keputusan pembelian beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga sangat di perlukan dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa meningkatkan nilai jual produk tersebut, sering kali konsumen akan merasakan ingin membeli produk tersebut dan mempertimbangkan berbagai atau macam-macam hal yang yang sesuai Terhadap yang di butuhkan Terhadap proses keputusan pembelian tersebut, maka oleh karena itu dan sehingga di perlukanlah factor keputusan pembelian seperti lokasi, kelengkapan produk dan *Brand Experience* dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa mengecoh konsumen tersebut maka oleh karena itu dan sehingga dapat menjadi sesuatu yang bisa menarik perhatian konsumen yang lebih banyak,

Kedai kopi yang yang sekarang ada atau saat ini sudah ada di mana-mana, membuat pengusaha umkm semakin berkreaitif mengalahkan pesain-pesaing Terhadap berbagai atau macam-macam Teknik pemasaran seperti “Kedai Kulo Kopi” yang terkenal di malang Terhadap berbagai atau macam-macam variant yang di tawarkan. dan ada beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga“Es Kopi DW Coffe Malang “yang mengeluarkan kopi ketika akan atau dalam bentuk cup yang di beri tagar morning idea dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa para penggemar kopi yang ingin memulai pagi Terhadap kopi, dan masih banyak lagi. Semakin banyak pengusaha-pengusaha yang mengeluarkan berbagai atau macam-macam merk produk kopi, semakin meningkat pula pasokan kopi di indonesia, Terhadap ke kreatifan pemasok kopi, berasal dari sesuatu yang disebabkan atau dikarenakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi di situlah timbul proses kopi Terhadap menggunakan hewan luwak, yang yang sekarang ada atau saat ini di gemari berasal dari sesuatu yang pecinta kopi Terhadap rasa yang khas. Kopi luwak sendiri memiliki keistimewaan tersendiri. Karena, terbuat bersumber atau melalui dari hasil fermentasi bersumber atau melalui dari sisa kotoran hewan luwak, yang kini terkenal sebagai kopi termahal di berbagai atau macam-macam negara, yang pernah di jual Rp.20 juta per kilogram .



Gambar 1.2 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)

Bersumber atau melalui dari diagram di atas pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton Terhadap konsumsi 370 ribu ton, maka oleh karena itu dan sehingga terjadi surplus 425 ribu ton. Berasal dari sesuatu yang disebabkan atau dikarenakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi tidak di ragukan lagi bahwasanya kopi merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan minuman yang menjadi gaya hidup kaum milenial, berasal dari sesuatu yang disebabkan atau dikarenakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi tak heran jika banyak kedai kopi yang menjaja minuman kopi lokal yang kiniyang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu sudah atau telah hadir di mana-mana, Terhadap adanya peningkatan yang sangat pesat dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa penggemar kopi sendiri, berasal dari sesuatu yang disebabkan atau dikarenakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi di setiap perusahaan akan slalu berinovasi, mulai bersumber atau melalui dari

rasa dan ke kreatifan ketika akan atau dalam pengemasan produk, maka oleh karena itu dan sehingga akan membuat pelanggan tertarik terhadap produk tersebut. Apalagi Terhadap berkembangnya waktu, usaha umkm yang dulunya menjual barang Terhadap bertatap muka, berasal dari sesuatu yang disebabkan atau dikarenakan dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi di zaman yang semakin maju, barulah banyak pengusaha-pengusaha yang memakai *Digital Marketing* sebagai media online yang memberikan kemudahan yang diperuntukkan atau bagi penjual dan pembeli.

Kopi kenangan merupakan kedai kopi yang di kenal luas berasal dari sesuatu yang masyarakat disebabkan atau dikarenakan mampu membangun 90 gerai Kopi Kenangan yang tersebar di berbagai atau macam-macam kota besar di Indonesia ketika akan atau dalam waktu yang terbilang singkat, yaitu hanya 2 tahun. Kopi kenangan yang memanfaatkan kemajuan teknologi Terhadap mempermudah konsumen dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa membeli produk minuman secara online, kopi kenangan beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan jugamemanfaatkan strategi pemasaran melalui berbagai atau macam-macam media sebagai bentuk mengkomunikasikan produk yang di tawarkan dan membuat penawaran menarik maka oleh karena itu dan sehingga konsumen sangat muda membeli produk kopi kenangan kapan pun, seperti melalui aplikasi yang sudah ada.

Tabel 1.1 Rating Kopi Kenangan

Peringkat (Nov 2021)	Aplikasi	Unduhan	Rating
6	Kopi Kenangan	1 juta+	4,6
13	Boba Ceria	100 ribu+	4,3
17	Chatime Indonesia	500 ribu+	4,5
21	JIWA+	100 ribu+	4,7
22	ISMAYA	100 ribu+	4,4
24	Fore Coffee	100 ribu+	4,6
61	Flash Coffee	50 ribu+	4,6
92	KULO	10 ribu+	1,7

Sumber data: DailySosial.id

Berdasarkan table di atas, bisnis beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga dapat memanfaatkan data tentang kebiasaan konsumen yang tercatat ketika akan atau dalam aplikasi dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa menawarkan produk dan layanan yang sesuai Terhadap pangsa pasar mereka. Bersumber atau melalui dari sisi konsumen, kemudahan dan nilai tambah membuat mereka mau memanfaatkan aplikasi dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa bahan penjualanya, apalagi sekarang banyak konsep kopi dibawa pulang membuat konsumen benar-benar dapat menikmati kopi Terhadap membeli secara online, Terhadap demikian memberikan kemudahan yang diperuntukkan atau bagi konsumen dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa menikmati kopi. maka oleh karena itu dan sehingga di perlukanlah internet atau biasa kita sebut Terhadap *Digital Marketing* yang

mampu memberikan kemudahan tersendiri yang diperuntukkan atau bagi pengusaha.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka oleh karena itu dan sehingga peneliti ingin mengkaji lebih ulang atau meneliti lebih luas **Terkait “Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Brand Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen”**. Bahwasanya peneliti beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga ingin mengetahui dampak *Digital Marketing* yang ada di kopi kenangan yang sekarang lagi marak di kalangan pembisnis, apalagi dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa pembisnis kopi yang mewarkan banyak variant rasa. Seperti, kopi kenangan , kopi lain hati ,kedai kulo kopi dan masih banyak lagi yang menyediakan rasa yang pas dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa konsumen pecinta kopi. Bersumber atau melalui dari jumlah bnyaknya pesaing terebut kopi kenangan beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan jugamenerapkan strategi bisnis yang di lakukan berasal dari sesuatu yang pembisnis sesuai budget dan kemampuan beserta apa yang menyertai serta ciri khas yang membedakan bersumber atau melalui dari produk lain , maka oleh karena itu dan sehingga kopi kenangan menarik minat beli konsuemn Terhadap cara promosi melalui *intagram* dan beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan jugat*iktok*. Selain itu, peneliti ingin banyak seseorangdalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi atau orang mengetahui, bahwasanya produk UMKM

yang semakin banyak di gemari merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan produk yang mampu membangun berbagai atau macam-macam macam kekreatifan, Terhadap menjualkan produk melalui *Digital Marketing*, maka oleh karena itu dan sehingga seseorang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi atau orang akan membeli produk tersebut kapan saja dan di mana saja. peneliti beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga ingin mengkaji lebih ketika akan atau dalam penelitian ini maka oleh karena itu dan sehingga dapat menjadi sesuatu yang bisa berguna yang diperuntukkan atau bagi masyarakat sekitar yang pertama kali membuka bisnis, agar dapat menjadi sesuatu yang bisa menjadi panduan dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa menjalankan strategi-strategi ketika akan atau dalam dunia bisnis Terhadap menerapkan *Digital Marketing* yang yang sekarang ada atau saat ini sudah berkembang, maka oleh karena itu dan sehingga dampaknya adalah produk-produk yang di tawarkan beserta apa yang menyertai serta dapat dikatakan juga akan terarah dan menjangkau pasar yang lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah berpengaruh *Digital Marketing* (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)?
2. Apakah berpengaruh *Digital Marketing* (X1) Terhadap Minat Beli Konsumen (Z)?

3. Apakah berpengaruh *Brand Experience* (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)?
4. Apakah berpengaruh *Brand Experience* (X2) Terhadap Minat Beli Konsumen (Z)?
5. Apakah berpengaruh Minat Beli (Z) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)?
6. Apakah *Digital Marketing* (X1) Melalui Minat Beli (Z) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)?
7. Apakah *Brand Experience* (X2) Melalui Minat Beli (Z) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1 Dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa Mengetahui apakah berpengaruh *Digital Marketing* (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)
- 2 Dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa Mengetahui apakah berpengaruh *Digital Marketing* (X1) Terhadap Minat Beli Konsumen (Z)
- 3 Dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa Mengetahui apakah berpengaruh *Brand Experience* (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)
- 4 Dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa Mengetahui apakah berpengaruh *Brand Experience* (X2) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

- 5 Dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa Mengetahui apakah berpengaruh Minat Beli (Z) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- 6 Dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa Mengetahui Apakah *Digital Marketing* (X1) Melalui Minat Beli (Z) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)
- 7 Dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa Mengetahui Apakah *Brand Experience* (X2) Melalui Minat Beli (Z) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat bersumber atau melalui dari penelitian ini merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan :

1. Bagi Peneliti

Tujuan penelitian ini merupakan sebuah yang sering disebut dengan atau dinamakan memberi pengalaman belajar kepada mahasiswa Program Sarjana (S1), ketika akan atau dalam memecahkan permasalahan secara ilmiah Terhadap cara melakukan penelitian, menganalisis dan menarik kesimpulan. Beserta apa yang menyertai serta menyusun laporan terutama berkaitan Terhadap pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Experience* terhadap keputusan pembelian dan minat beli.

2. Bagi Program Studi Administrasi Bisnis

Implementasi bersumber atau melalui dari matakuliah marketing yang dibahas saat semester IV dan materi kuliah pemasaran.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadireferensi dalam perihal yang dalam hal yang dimana apa yang di sebutkan tersebut itu menjadi dirasa penelitian pengaruh *Digital Marketing* terhadap minat beli kosumen pada kopi kenangan.