

BAB I

PENDAHULUAN

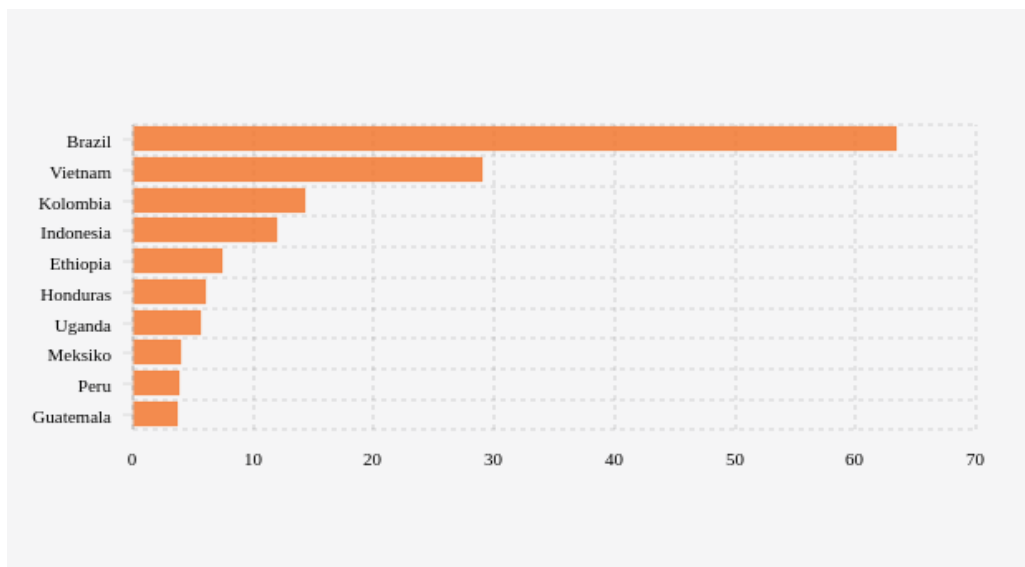
1.1 Latar Belakang Masalah

Kopi merupakan salah satu hasil perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga sumber penghasil bagi tidak kurang dari satu setengah jiwa petani kopi di Indonesia (Rahardjo 7:2012) kopi merupakan kebutuhan yang memiliki khasiat untuk kesehatan yaitu dapat mengurangi resiko diabetes, sebagai pembangkit stamina, dan mengurangi sakit kepala.

Indonesia berada di urutan ke-empat sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia, setelah Brazil, Vietnam, Kolombia. Berikut ini gambar 1.1 grafik data penghasil kopi terbesar di dunia.

Gambar 1.1

**Grafik Data Penghasil Kopi Terbesar Di
Dunia**



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>, 2021

Berdasarkan Gambar grafik 1.1 data penghasil kopi terbesar di dunia Indonesia berada pada urutan ke-empat sebagai negara penghasil kopi terbesar dunia. Sementara itu Indonesia mencatat jumlah produksi kopi di Indonesia pada tahun 2021 lalu mencapai 774,60 ribu ton. (<https://databoks.katadata.co.id/>, 2021)

Pada mulanya minum kopi adalah kebiasaan masyarakat Indonesia yang sudah ada sejak zaman dulu kala. Indonesia adalah salah satu penghasil kopi terbaik di dunia. Berdasarkan laporan statistik Indonesia, jumlah produksikopi Indonesia mencapai 774,60 ribu ton pada 2021. Jumlah itu meningkat sekitar 1,62% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 762,20 ribu ton. Sumatera Selatan merupakan produsen kopi terbesar di Indonesia sepanjang 2021 jumlah produksi kopi di provinsi ini mencapai 201,40 ribu ton. Sementara itu Lampung menyusul dengan jumlah produksi kopi sebanyak 118 ribu ton. Kemudian Sumatera Utara dan Aceh masing-masing memproduksi kopi sebanyak 76,80 ribu ton dan 74,20 ribu ton. Kopi yang awalnya hanya dijual dipinggir jalan dan memiliki penampilan yang sederhana kini telah masuk kedalam mall dan hotel berbintang dengan penampilan mewah yang salah satunya *coffee shop* yang kini praktis menjual makanan berat dan juga dapat melayani konsumen yang memesan makanan kecil dan minuman.

Dalam beberapa tahun ini industri bisnis dalam bidang *coffee shop* mengalami peningkatan yang cukup baik. Tetapi banyaknya bisnis coffee shop yang berkembang tidak semuanya mampu bertahan lama. Akibatnya terjadi persaingan usaha antara coffee shop yang ketat, karena masyarakat sebagai konsumen mempunyai pilihan yang beragam untuk memenuhi kebutuhanakan penyediaan dan pelayanan pada coffee shop. Keputusan pembelian merupakan salah satu komponen utama dari perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa menurut setiadi dikutip oleh etta mamang sangadji dan sopiah, menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen ialah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memiliki salah satu diantaranya. Hasil

dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai kegiatan berperilaku. Konsumen bebas dalam memilih produk apa yang diinginkan sesuai kebutuhannya, memutuskan apa yang akan dibelinya, banyaknya pembelian, kapan membeli, tempat pembelian, cara pembayaran dan mengapa ia harus membeli suatu produk. Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen biasanya melalui beberapa tahapan terlebih dahulu misalnya pengenalan masalah, pencapaian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian. Masalah timbul dari dalam diri konsumen yang berupa kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri konsumen itu sendiri ataupun berasal dari luar diri konsumen, setelah timbul masalah yang mendorong konsumen untuk memenuhi kebutuhannya kemudian konsumen akan mencari informasi tentang objek yang bisa memuaskan keinginannya. Dari informasi yang diperoleh konsumen tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai suatu produk. Selanjutnya setelah tahap tersebut konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Dari faktor-faktor inilah konsumen akan melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih satu atau lebih alternatif yang diperlakukan berdasarkan pertimbangan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan terhadap suatu produk adalah harga, produk, dan kualitas pelayanan. Harga merupakan faktor penting dalam kegiatan pemasaran. Penentuan harga pada suatu produk yang dilakukan oleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dikarenakan dengan tingkat harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk.

Penetapan harga yang tidak tepat dalam suatu produk bisa menyebabkan tidak maksimalnya jumlah produk yang terjual sehingga mengakibatkan penjualan menurun dan berkurangnya pangsa pasar. Oleh karena itu perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar meningkat.

Apabila harga suatu produk lebih tinggi dari harga rata-rata produk lain maka perbedaan ini dapat mempengaruhi jumlah permintaan, sementara harga yang lebih rendah dari rata-rata dapat berdampak baik karena kecenderungan konsumen pada harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama. Akan tetapi sebaliknya apabila harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagai konsumen berpendapat bahwa kualitasnya buruk. Oleh sebab itu, penentuan harga yang tepat terhadap suatu produk akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Selain harga, faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah produk. Produk ialah segala sesuatu yang bisa ditawarkan di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang ditawarkan kepada konsumen harus memiliki kualitas yang baik, unik, dan penampilan yang menarik sehingga konsumen menjadi tertarik untuk membeli produk tersebut. Produk yang memiliki kualitas yang baik dapat mendorong perusahaan untuk mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Produk yang memiliki kualitas baik tentunya produk yang dicari oleh konsumen, karena terpenuhinya kepuasan apabila membeli produk tersebut merupakan hal yang sangat diinginkan oleh konsumen, bahkan konsumen tidak ragu mengeluarkan biaya yang lebih besar agar dapat memenuhi kepuasannya.

Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Dimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian sangat penting karena pada dasarnya pelayanan adalah suatu bentuk penilaian dari konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan atau karyawan kepada konsumen. Semakin tingkat pelayanan yang diberikan oleh produsen, maka akan semakin tinggi pula penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan tersebut. Jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat memuaskan dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginannya, maka hal itu mempengaruhi keputusan

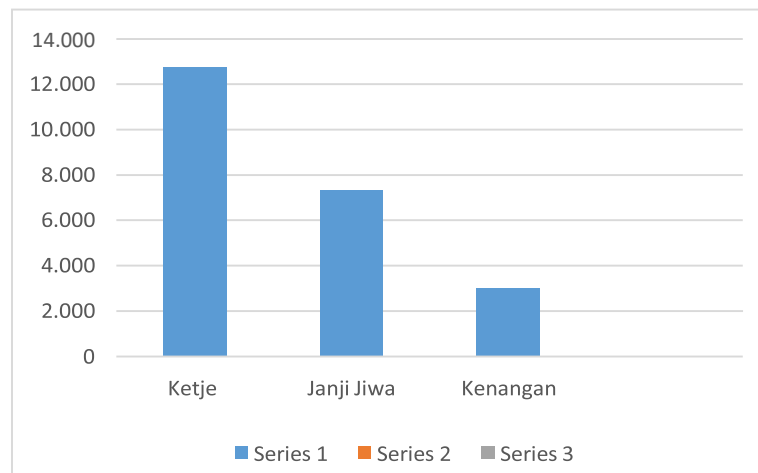
pembelian konsumen.

Salah satu tempat yang menggunakan strategi produk, harga dan kualitas pelayanan adalah coffee shop ketje di Bandar Lampung. ketje merupakan salah satu usaha coffee shop yang dibuat dengan suasana cafe yang sederhana, nyaman dan santai. Coffee shop ketje melakukan beberapa strategi untuk meningkatkan jumlah penjualan, strategi-strategi itu seperti memberikan diskon pada hari tertentu, harga yang diberikan terjangkau untuk semua kalangan baik dari anak sekolah maupun orang dewasa. Pelayanan karyawan yang baik serta suasana cafe yang bersih dan nyaman sangat memberi kesan konsumen saat berbelanja sehingga dapat menambah daya tarik konsumen untuk membeli.

Maka tidak salah apabila strategi penetapan produk, harga, dan kualitas pelayanan yang digunakan menjadi hal yang penting bagi setiap produsen dalam mencapai keuntungan dan menjadi suatu hal yang penting untuk membuat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Hal ini dibuktikan dengan hasil grafik volume penjualan di beberapa coffee shop yang ada di Bandar Lampung yang dilakukan untuk melihat volume penjualan tertinggi pada bulan maret 2022.

Gambar 1.2
Grafik Volume Penjualan Coffee Shop



Sumber : Data Diolah

Berdasarkan Gambar 1.2 grafik diatas menunjukkan coffee shop ketje pada bulan maret memiliki penjualan terbanyak di bandingkan coffee shop lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antusias masyarakat untuk datang dan berbelanja ke coffee shop ketje Bandar Lampung cukup tinggi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa coffee shop ketje Bandar Lampung memiliki pencitraan dan reputasi yang baik di mata konsumen.

Dengan didukungnya penelitian terkait dengan pengaruh produk ,harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada cofus coffee di kota Kapuas (Oktavianus Nicholas, 2021) menunjukkan bahwa kualitas produk,harga,dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada cofus coffe Penelitian yang dilakukan oleh Amo Sugihanto (2021) dengan judul“pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian janji jiwa coffee citra raya” menunjukkan bahwa kualitas produk harga dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada janji jiwa coffe di citra raya. Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan hasil kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif. Penulis tertarik melakukan penelitian ini karena coffe shop ketje di Bandar Lampung belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk memberikan judul penelitian ini adalah “Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keutusan Pembelian”

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitiandapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di CoffeeShop ketje di Bandar Lampung?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Coffee Shop Ketje di Bandar Lampung?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Coffee Shop ketje di Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan pembelian di Coffee Shop ketje di Bandar Lampung?
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Coffe Shop ketje di Bandar Lampung?
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Coffee Shop ketje di Bandar Lampung?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

1. hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi serta menjadi sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian sebelumnya.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Pihak *coffee shop* ketje agar bisa memasarkan dan mempromosikan apa saja yang dimiliki *coffee shop* ketje sehingga bisa meningkatkan jumlah penjualan
2. Pihak luar, penelitian ini dapat digunakan bahan masukan bagi konsumen yang lain dalam memilih *coffee shop*

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini hanyalah Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.
2. Penelitian ini hanya ditujukan pada konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Kopi Ketje Bandar Lampung

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini Berisi tentang landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis Penelitian

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel, Sumber data, variabel penelitian, serta metode analisis data

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisikan tentang penyajian data, analisis data, penyajian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian

BAB V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang simpulan dan saran

Daftar Pustaka

Lampiran