

BAB I

PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah.

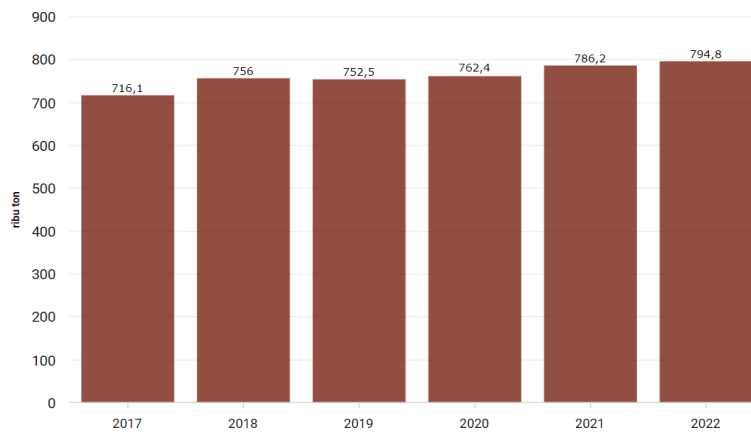
Selama beberapa tahun terakhir, perkembangan industri makanan dan minuman terus berkembang, khususnya di bidang minuman berbahan dasar kopi. Sejak saat ini, industri kopi tidak pernah mengalami penurunan yang signifikan seiring bergantinya tren bahkan peminat kopi selalu ada dan terus bertambah dengan semakin menjamurnya bisnis *Coffe shop* di seluruh penjuru negeri. Seringkali kopi dijadikan sebagai minuman pembuka hari untuk lebih memperhatikan setiap aktivitas dan memanfaatkan setiap momen yang dihabiskan di kedai kopi, yang sudah menjadi gaya hidup setiap orang saat ini. Melihat peluang bisnis yang sangat menguntungkan ini, banyak pengusaha yang tertarik untuk memulai bisnis semacam ini. *Coffee Shop* ini menawarkan beragam pilihan minuman kopi, namun bukan hanya minuman kopi saja yang tersedia, ada minuman *non coffee* lainnya serta juga makanan ringan dan mengenyangkan.

Dengan menawarkan harga yang kompetitif dengan kualitas produk yang ditawarkan dan pilihan menu yang tersedia akan menjadi peluang besar dalam menarik minat konsumen menelusuri dan memutuskan membeli produk yang ditawarkan. Pelaku kedai kopi harus mampu memenuhi keinginan konsumen. Mengingat banyaknya pesaing saat ini, maka pihak produsen perlu mempertimbangkan bagaimana cara untuk terus konsisten mengembangkan konsep gerai dari menu dan harga serta menarik perhatian konsumen agar tetap membeli produk yang dibuat oleh produsen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1. 1
Produksi Kopi Indonesia



(Sumber: *databooks.katadata.co.id*)

Berdasarkan gambar 1.1 data Statistik Indonesia 2023 dari Badan Pusat Statistik (BPS) , menurut Annur menyatakan, jumlah produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada 2022. Jumlah itu meningkat sekitar 1,1% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 794,8 ribu ton. Selama enam tahun terakhir, jumlah produksi kopi di Indonesia yang tertinggi yakni pada 2022.

Kopi menjadi hidangan terbaik untuk menikmati berbagai aktivitas, mulai dari belajar, bekerja, nongkrong bareng teman, hingga pasangan terbaik saat ngemil. Menurut Liputan6.com, (2022) Indonesia menjadi salah satu negara yang mengalami kenaikan konsumsi kopi. Minum kopi telah menjadi kebiasaan yang tak terpisahkan dalam peri kehidupan masyarakat Indonesia. Tak heran kini kedai kopi lebih mudah dijumpai, mulai dari sudut kota hingga desa. Berikut ada beberapa kedai kopi populer di Jakarta dan harganya sangat terjangkau yaitu ada Kopi Tuku, Kopi Kulo, Kopi Kenangan, *Fore Coffe*, Kopi Janji Jiwa, Kopi Lain Hati, Rumah Sagaleh, Kopi Soe, dan *Family Mart* (Grab.com, 2019). Oleh karena itu, banyak pesaing para pengusaha kedai kopi ini lebih fokus pada peningkatan kualitas produk mereka dan memahami preferensi konsumen serta tren saat ini. Hal ini karena

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



faktor-faktor ini sangat penting bagi kesuksesan produk dalam keputusan pembelian.

Kualitas produk merupakan elemen penting dalam pemasaran, karena dalam pembelian konsumen akan mencari informasi mengenai produk yang berkualitas. Kualitas produk kopi toko akan membuat konsumen menganalisis apakah produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen atau tidak. Kualitas produk adalah pengetahuan terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual (Maharani & Alam, 2022). Sebagai ciri khasnya produk memiliki kualitas dan kesesuaian harga yang tidak dimiliki merk lain. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk karena produk yang sama dengan ekspektasi dan dapat terpenuhi kebutuhannya maka konsumen mau memilih produk tersebut.

Salah satu kedai kopi lokal yang cukup populer adalah Toko Kopi Tuku, yang beroperasi sejak tahun 2015. Toko Kopi Tuku merupakan salah satu gerai kopi yang sempat dikunjungi dan dinikmati oleh Presiden Joko Widodo bersama keluarga pada tahun 2017. Toko Kopi Tuku awal mula berada di daerah Cipete, Jakarta Selatan dan dijalankan dengan dua orang karyawan. Tyo selaku pemilik Toko Kopi Tuku juga mengungkapkan bahwa saat tokonya sedang ramai pengunjung, ada sebagian masyarakat sekitar yang turut membantunya bekerja sebagai kasir ataupun pelayan toko. Alasannya melakukan hal ini adalah awal pembukaan Toko Kopi Tuku memang diperuntukan masyarakat sekitar gerai tersebut. Kini, Toko Kopi Tuku telah meraih kesuksesan yang mengesankan dengan membuka 11 gerai yang tersebar di wilayah Jabodetabek. Dengan konsep toko kecil, Toko Kopi Tuku umumnya melayani pemesanan dari aplikasi online dan *take away*. Toko Kopi Tuku gerainya jarang menyediakan area untuk *dine in* atau minum di tempat dan hanya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menyediakan tempat duduk memanjang bagi pengunjung yang sedang menunggu antrian.

Seiring dengan berjalannya waktu, Toko Kopi Tuku semakin ramai pengunjung dan mendapatkan banyak pelanggan. Toko Kopi Tuku memiliki beberapa hidangan minuman kopi, seperti Kopi Hitam Tetangga, Kopi Susu Tetangga, Cappuccino, Long Black, dan Latte. Produk andalannya ialah Kopi Susu Tetangga, produk dengan kombinasi latte dan gula aren. Setelah 5 tahun, target penjualan toko mencapai dengan menjual 1.000 gelas kopi setiap harinya (Zakawali, 2022). Harga minuman pada Toko Kopi Tuku mulai dari Rp. 10 ribu hingga Rp. 18 ribu dengan kualitas yang diberikan oleh rasa yang khas dari latte dan gula aren nya.

Persepsi harga melibatkan penjelasan terkait harga sehingga mudah dimengerti dan berguna bagi konsumen. Harga harus sama dengan kualitas produk yang ditampilkan. Konsumen dapat membuat perbandingan antara harga nyata dan harga kisaran produk yang mereka bayangkan (Arfan *et al.*, 2019). Keputusan pembelian dipengaruhi juga oleh persepsi harga, terjangkau nya harga dengan kualitas yang didapatkan akan menarik konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Melihat situasi saat ini banyak gerai kopi baru artinya banyak juga pesaing dalam mengambil hati konsumen apalagi mempertahankan pelanggan. Kualitas Produk dan persepsi harga merupakan kunci dari segala hal, Toko Kopi Tuku harus tetap mencari dan memenuhi keinginan konsumen. Oleh karena itu peneliti ingin menjelaskan dan mencari tahu mengenai sebuah kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Toko Kopi Tuku ditengah banyak nya gerai kopi baru.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Beberapa hasil penelitian yang mencakup variabel penelitian ini yaitu

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuku di Kelapa Gading telah dilakukan, antara lain:

1. Berdasarkan penelitian Afifah dan Prabowo (2023), Ningtias dan Paludi (2023), Putri dan Soliha (2024), Yulianti dan Prabowo (2024), Sari dan Soebiantoro (2021), Iswiyanti, Rachmat, Sidiq dan Salsabila (2023), Marlina dan Mutiantari (2022), Humam, Lestari, dan Nurwulandari (2022), Anjani dan Soliha (2024), Ramadani, Ramaditya, dan Yuliarman (2023), serta Nugroho, Triyani, dan Prapti N.S.S. (2020) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun hasil yang berbeda dari penelitian Laila dan Sudarwanto menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan, sehingga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun hasil yang berbeda dari penelitian Laila dan Sudarwanto (2028), dan Supu, Lumanauw, dan Poluan (2021) yaitu kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan penelitian Afifah dan Prabowo (2023), Putri dan Soliha (2024), Sari dan Soebiantoro (2021), Marlina dan Mutiantari (2022), Humam, Lestari, dan Nurwulandari (2022), Anjani dan Soliha (2024), Ramadani, Ramaditya, dan Yuliarman (2023), dan Nugroho, Triyani, dan Prapti N.S.S. (2020) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun hasil yang berbeda dari penelitian Ningtias dan Paludi (2023), Yulianti dan Prabowo (2024), Iswiyanti, Rachmat, dan Sidiq dan Salsabila (2023), dan Supu, Lumanauw, dan Poluan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(2021) yaitu persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

C

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI TUKU DI KELAPA GADING”**.

B. Identifikasi Masalah.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Tuku di Kelapa Gading?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Tuku di Kelapa Gading?

C. Batasan Penelitian.

Batasan penelitian yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

- a. Objek penelitian adalah Kopi Tuku.
- b. Tempat penelitian ini berdomisili di Kelapa Gading.
- c. Periode penelitian dimulai dari bulan Desember sampai dengan Februari.

D. Rumusan Masalah.

Mengacu pada batasan masalah dan Batasan penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Tuku di Kelapa Gading”**.



E. Tujuan Penelitian.

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:
1. Pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Tuku di Kelapa Gading.
 2. Pengaruh persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Tuku di Kelapa Gading.

F. Manfaat Penelitian.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas penelitian ini, antara lain:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan kembali apa yang kurang di mata konsumen.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya dengan melihat hasil penelitian ini diharapkan agar menjadi gambaran dan dapat memberikan informasi terkait bagaimana pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada Kopi Tuku dan juga penelitian ini dapat menjadi sumber referensi penelitian lain.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.