

## BAB I

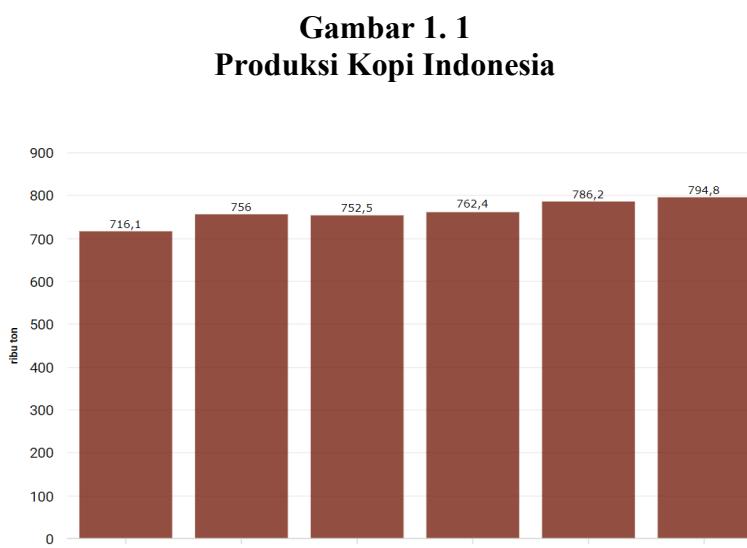
### PENDAHULUAN

#### 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 *Coffee 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.

- 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,
    - 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.



- 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,
    - 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 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 menemani 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

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 tuku 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 dijalani 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

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,
  - 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.

**©Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## C Hak cipta milik IBI KKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

menyediakan tempat duduk memanjang bagi pengunjung yang sedang menunggu antrian.

Seiring dengan berjalananya 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, terjangkaunya 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.

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,
  - 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.

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,
  - 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.

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)**

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.

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,
  - 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.