

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pentingnya minum air tidak dapat diabaikan. Dalam sehari, tubuh memerlukan sejumlah air yang memadai untuk menjalankan berbagai fungsi vitalnya. Menjaga keseimbangan air di dalam tubuh membantu menjaga suhu tubuh agar tetap stabil, membantu dalam proses pencernaan, mengangkut nutrisi ke seluruh tubuh, serta membantu menghilangkan zat-zat sisa dan racun dari dalam tubuh melalui proses buang air kecil dan keringat.

Selain air, ada berbagai pilihan minuman lain yang juga dapat memenuhi kebutuhan cairan harian. Kopi, yang mengandung kafein, bisa membantu meningkatkan kewaspadaan dan konsentrasi, tetapi perlu diingat untuk mengonsumsinya dengan bijaksana agar tidak menyebabkan dehidrasi atau gangguan tidur.

Minum kopi telah menjadi bagian dari tradisi dan budaya banyak negara. Di beberapa tempat, minum kopi menjadi ritual sosial yang penting, menjadi momen berkumpul, berdiskusi, dan berbagi cerita. Minum kopi juga sering terkait dengan momen relaksasi dan introspeksi bagi banyak orang. Kopi adalah salah satu komoditas paling bernilai di dunia. Pertanian kopi memberikan penghidupan bagi jutaan petani di seluruh dunia dan menjadi tulang punggung ekonomi bagi banyak negara penghasil kopi.

Sejak berabad-abad yang lalu kopi telah menjadi salah satu minuman yang paling populer di dunia. Tanaman kopi pertama kali ditemukan di wilayah Ethiopia, Afrika Timur, dan kemudian menyebar ke seluruh dunia melalui perdagangan dan eksplorasi. Kopi bukan hanya sekadar minuman, tetapi juga telah menjadi bagian integral dari kehidupan banyak orang di berbagai budaya. Kopi menawarkan beragam cita rasa dan aroma yang kompleks. Biji kopi dapat diolah dengan berbagai metode seperti penggilingan, pemanggangan, dan metode penyeduhan yang berbeda, menghasilkan berbagai jenis kopi seperti Arabika, Robusta, dan lainnya. Rasanya yang nikmat dan aromanya yang khas telah menjadi daya tarik bagi para pecinta kopi di seluruh dunia.

Seiring berkembangnya zaman, dunia bisnis semakin hari semakin berkembang dengan pesat. Banyaknya inovasi yang baru dan juga bermunculan karena semakin pesatnya kebutuhan konsumen yang makin hari semakin beragam. Begitupun bisnis dibidang coffe shop mengalami peningkatan yang sangat cukup pesat. Hal ini juga banyak para wirausahawan membuka atau menciptakan usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada, sekaligus menciptakan persaingan bagi para coffe shop yang lainnya. Dapat dilihat pada era saat ini coffe shop yang ada di Indonesia semakin banyak bermunculan dan menciptakan persaingan. Cafe merupakan jenis restoran namun lebih memberikan kesan yang rilek dan santai.

Kopi dianggap sebagai minuman dengan kandungan kafein yang tinggi. Kafein adalah senyawa alkaloid methylxanthine (purin) yang muncul sebagai kristal putih dan bersifat psikoaktif. Meskipun kafein yang terdapat dalam kopi diketahui bermanfaat

bagi tubuh manusia, seperti meningkatkan suasana hati, melawan rasa kantuk, dan membuat merasa lebih baik. Kafein juga dapat meningkatkan kinerja fisik dengan meningkatkan daya tahan dan meningkatkan kontraksi otot (jika tertelan). Kafein juga dapat menimbulkan efek buruk jika dikonsumsi dalam jumlah yang cukup dapat menyebabkan insomnia, serangan jantung, stroke, kemandulan pria, gangguan pencernaan, keracunan, serta penuaan dini.

Berbagai kedai kopi telah berdiri di Indonesia, dan jumlahnya semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Dengan membuat atribut kedai kopi semenarik mungkin bisa dijadikan sebuah strategi agar konsumen bisa berminat Kembali untuk melakukan pembelian. Kedai kopi merupakan tempat untuk bersantai serta juga bisa sebagai tempat untuk bekerja. Semakin banyak penikmat dan pencinta kopi menjadi salah satu alasan mengapa kini banyak bermunculan kedai kopi yang baru dan makin banyak varian menu baru dari kopi. Kini jumlah kedai kopi di kota besar semakin banyak, terutama di Jakarta, walaupun demikian peluang untuk membuka kedai kopi sangat besar. Selain sebuah kedai kopi harus mampu mengidentifikasi faktor yang harus mempertimbangkan dalam sebuah pembuatan yang dilakukan konsumen. Seperti Kedai Kopi Lenga, merupakan sebuah salah satu usaha di bidang Coffe, untuk memenuhi akan kebutuhan penikmat dan pecinta kopi, Kedai Kopi Lenga menciptakan suasana tempat yang nyaman dan menarik yang akan membuat konsumen tertarik dan akan diingat dalam benak konsumen. Selain suasana tempat, faktor yang mempengaruhi dalam pembelian adalah kualitas produk. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kebutuhan, keinginan, preferensi pribadi, budaya, kelompok

sosial, dan faktor psikologis individu. Dia menekankan pentingnya pemasaran yang tepat sasaran dan strategi segmentasi untuk menarik konsumen yang tepat.

Untuk itu, pebisnis maupun perusahaan dapat melakukan pemberian nilai produk dan kepuasan bagi konsumen agar produk dianggap memiliki keunggulan dari produk pesaing (Fauziah, 2019).

Dengan kualitas produk sangat penting dalam menarik minat konsumen dalam suatu produk yang ditawarkan, karena membuat konsumen mendapatkan produk minuman yang berkualitas dan sesuai dengan citra rasa dan juga nyaman sehingga konsumen merasa puas. Ketika konsumen merasa puas dengan kualitas yang diberikan maka konsumen pasti akan datang kembali untuk melakukan pembelian.

Kedai Kopi Lenga menyediakan berbagai variasi menu diantaranya Vanilla Latte, Capuccino,Americano, Brown Sugar, dan Caramel Latte selain itu ada pilihan menu selain non coffe seperti Chocolate, Charcoal, Red Velvet, Greentea, Lemon Squash, dan Lychee Squash. Hal ini yang membuat Kedai Kopi Lenga menjadi salah satu tempat café yang banyak dikunjungi kalangan remaja hingga dewasa.

Dengan menciptakan elemen yang unik dari masing-masing Cafe. Untuk memenangkan persaingan di dunia usaha, sehingga mampu untuk menarik konsumen dan membeli produk yang ditawarkan. Kedai Kopi Lenga yang menjadi salah satu kedai kopi di Jakarta Selatan, yang beralamat di Jl. Panjang Cidodol No.77, RT.14/RW.6, Grogol Sel., Kecamatan: Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12220. Peneliti melakukan pra survei persaingan kedai kopi disekitar obyek .

Tabel 1.1
Data Pesaing Kedai Kopi Lenga

No	Nama Kedai Kopi	Alamat
1.	Four A.M Coffe	Jl. Panjang Cidodol No.30, RW.8, Cipulir, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12230
2.	Limitles Coffe	Jl. Mesjid/seskoal No.42, RT.6/RW.6, Cipulir, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12230
3.	Kopi Lain Hati	Jl. Ciledug Raya No.77, RT.8/RW.11, Cipulir, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12230

(Sumber : Data yang diolah peneliti 2023)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas terdapat persaingan antara tiga kompetitor pada Kedai Kopi Lenga. Persaingan yang ditawarkan salah satunya adalah harga yang ditawarkan dari ketiga pesaing Kedai Kopi Lenga relatif lebih mahal. Suasana tempat pada kompetitor terkesan kurang begitu nyaman dan menarik, selain itu, rasa yang ditawarkan Kedai Kopi Lenga tidak jauh berbeda dengan kompetitor dan dari segi kemasan Kedai Kopi Lenga lebih bagus dan menarik dibandingkan dari ketiga kompetitor. Serta varian menu yang ditawarkan Kedai Kopi Lenga jauh lebih banyak dibandingkan dari ketiga kompetitor yang ada pada tabel diatas tersebut.

Kedai Kopi Lenga buka dari pukul 11.00 WIB hingga pukul 00.00 WIB. Kedai Kopi Lenga memiliki tempat yang bernuansa minimalis dan nyaman sehingga menjadi salah satu tempat untuk menikmati kopi, selain menyediakan berbagai varian minuman Kedai Kopi Lenga juga menyediakan varian makanan ringan. Konsumen di Kedai Kopi Lenga sebelum melakukan pembelian konsumen juga memiliki beberapa alasan banyak dari konsumen hanya sekedar menikmati kopi dan juga ada beberapa dari

konsumen mencoba suasana nongkrong serta menikmati menikmati varian minuman kopi maupun non kopi dan makanan ringan di Kedai Kopi Lenga. Konsumen yang datang mendapat rekomendasi dari media sosial, teman, dan ada juga yang datang langsung atau tidak sengaja melihat Kedai Kopi Lenga.

Tabel 1.2
Data Penjualan Kedai Kopi Lenga

No.	Bulan	Net Profit/Bulan	Target Penjualan
1	November 2022	Rp. 8.046.000	Rp. 15.000.000
2	Desember 2022	Rp. 11.000.000	Rp. 15.000.000
3	Januari 2023	Rp. 9.151.600	Rp.15.000.000
4	Februari 2023	Rp. 6.475.000	Rp. 15.000.000

(Sumber : Data Pengusaha Kedai Kopi Lenga 2023)

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas terlihat bahwa penjualan Kedai Kopi Lenga mengalami ketidakstabilan pada bulan November 2022 – Februari 2023. Pada bulan November penjualan sebesar Rp. 8.046.000 dan pada bulan Desember meningkat sebesar 32,12% yaitu sebanyak Rp. 11.200.00 dan pada bulan Januari penjualan menurun sebesar 26,24% yaitu sebanyak Rp. 9.151.600 terjadi penurunan kembali pada bulan Februari sebesar 18,57% yaitu sebanyak Rp.6.475.000 ini dapat disebabkan oleh beberapa unsur yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan keputusan pembelian di Kedai Kopi Lenga. Hal ini dapat diindikasikan sebagai fenomena pada penelitian ini karena terjadi adanya fluktuasi pendapatan terhadap Kedai Kopi Lenga yang menurut peneliti dipengaruhi oleh beberapa variabel harga, kualitas produk, dan

suasana tempat dari produk tersebut. Maka dari ini peneliti ingin mengetahui apa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Kedai Kopi Lenga.

Berdasarkan tabel 1.2 diatas terlihat bahwa penjualan Kedai Kopi Lenga mengalami ketidakstabilan pada bulan November 2022 – Februari 2023. Pada bulan November penjualan sebesar Rp. 8.046.000 dan pada bulan Desember meningkat sebesar 32,12% yaitu sebanyak Rp. 11.200.00 dan pada bulan Januari penjualan menurun sebesar 26,24% yaitu sebanyak Rp. 9.151.600 terjadi penurunan kembali pada bulan Februari sebesar 18,57% yaitu sebanyak Rp.6.475.000 ini dapat disebabkan oleh beberapa unsur yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan keputusan pembelian di Kedai Kopi Lenga. Hal ini dapat diindikasikan sebagai fenomena pada penelitian ini karena terjadi adanya flutuaksi pendapatan terhadap Kedai Kopi Lenga yang menurut peneliti dipengaruhi oleh beberapa variabel harga, kualitas produk, dan suasana tempat dari produk tersebut. Maka dari ini peneliti ingin mengetahui apa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Kedai Kopi Lenga.

Tabel 1.3
Hasil Pra Survey

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Apakah Harga produk yang ditawarkan pada Kedai Kopi Lenga sesuai dengan yang diharapkan?	25	5
2.	Apakah Kualitas Produk yang ditawarkan pada Kedai Kopi Lenga sesuai dengan keinginan Konsumen?	27	3
3.	Apakah Suasana Tempat mempengaruhi anda dalam memutuskan keputusan pembelian pada Kedai Kopi Lenga?	25	5

No	Pernyataan	Ya	Tidak
4.	Apakah Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat mempengaruhi dalam memutuskan pembelian terhadap produk Kedai Kopi Lenga?	28	2

(Sumber : Diolah peneliti 2023)

Berdasarkan tabel 1.3 hasil pra survey di atas bahwa Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat mempengaruhi keputusan pembelian pada Kedai Kopi Lenga. Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen tentang pengambilan keputusan dalam hal membeli atau menggunakan suatu produk.

Keputusan Pembelian konsumen didasarkan pada keinginan untuk membeli yang berasal dari berbagai faktor yang mempengaruhi seperti keluarga, harga yang diinginkan, informasi yang diberikan dan keuntungan atau manfaat yang dapat diperoleh dari produk atau jasa tersebut. Ketika konsumen berbelanja, banyak faktor situasional yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Konsumen juga mungkin berniat untuk membeli produk yang paling populer.

Fenomena yang terjadi terkait dengan keputusan pembelian banyaknya pesaing yang semakin ketat, semakin memaksa para pelaku bisnis untuk lebih cepat menarik konsumen. Oleh karena itu, perusahaan yang menganut konsep pemasaran harus memperhatikan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam upaya pemasaran produknya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Konsep harga bagi konsumen adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah

kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan, penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Kedai Kopi Lenga memberikan harga yang murah dan terjangkau untuk kalangan mahasiswa, remaja, dan para pekerja. Harga minuman yang ada di Kedai Kopi Lenga kisaran Rp. 15.000 hingga Rp. 23.000 dengan harga yang terjangkau konsumen dapat menikmati secangkir kopi atau minuman lain dan makanan dengan nyaman.

Harga memiliki peranan dalam keputusan pembelian konsumen sebelum melakukan pembelian produk atau menggunakan jasa karena sebelum konsumen memutuskan pembelian produk di Kedai Kopi Lenga, konsumen mencari tahu harga yang ditetapkan oleh pihak kedai kopi karena harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan menghasilkan biaya.

Fenomena yang terjadi terkait dengan harga yang dilakukan pada Kedai Kopi Lenga adalah harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk lain, kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dihasilkan, harga sesuai dengan kemampuan yang dimiliki konsumen, harga stabil dan tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu, dan kemudahan dalam pembayaran.

Tidak hanya harga, Salah satu pertimbangan dalam memutuskan pembelian adalah kualitas produk. Dengan kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi keberhasilan keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi dan perbaikan atribut serta atribut lainnya. Faktor kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah

melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Sebelum konsumen memutuskan pembelian dan berkunjung ke Kedai Kopi Lenga, konsumen mencari manfaat dan Kualitas Produk dari kedai itu sendiri. Kualitas Produk yang disajikan Kedai Kopi Lenga meliputi kemasan, rasa, dan beragam jenis minuman.

Fenomena yang terjadi terkait dengan kualitas produk yang ada di Kedai Kopi Lenga adalah karakteristik produk yang meliputi kualitas bahan baku, penggunaan teknologi dan desain kemasan.

Selanjutnya dalam meningkatkan keputusan pembelian selain harga dan kualitas produk, suasana tempat suasana yang nyaman dan cozy akan menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang dan menikmati pelayanan yang disediakan oleh sebuah Café. Suasana toko adalah elemen penting lainnya 6 dalam gudang produk pengecer ingin menciptakan pengalaman toko yang unik, yang sesuai dengan target pasar dan menggerakkan pelanggan untuk membeli.

Fenomena yang terkait dengan suasana tempat di Kedai Kopi Lenga memiliki suasana yang nyaman, pencahayaan yang cukup dan dekorasi yang tidak membosankan. Dengan mengutamakan kenyamanan untuk konsumen diharapkan konsumen bisa kembali lagi untuk membeli produk dari restoran ini.

Disamping adanya fenomena masalah dalam penelitian ini, masih terdapat perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya, yaitu ;

1.2 Research Gap

Penelitian yang dilakukan Teguh Ardyanto, Mahir Pradana (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dimas Aryo Baskoro, Farah Mahmudah (2021) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan Teguh Ardyanto, Mahir Pradana (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rega Ababil, Fauzan Mutaqqien, Nawangsih (2019) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut penelitian Teguh Ardyanto, Mahir Pradana (2022) Suasana berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan menurut, Ravika Apriani (2018) menyatakan bahwa suasana tempat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitan dengan judul **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SUASANA TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI LENGA DI JAKARTA SELATAN.**

1.3 Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah dijelaskan dilatar belakang, untuk mencapai tujuan penelitan, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi lenga di Jakarta Selatan?

2. Apakah Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Lenga di Jakarta Selatan?
3. Apakah Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Lenga di Jakarta Selatan?
4. Apakah Suasana Tempat secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Lenga di Jakarta Selatan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kedai Kopi Lenga di Jakarta Selatan secara simultan.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Lenga di Jakarta Selatan secara parsial.
3. Untuk mengetahui Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Lenga di Jakarta Selatan secara parsial.
4. Untuk mengetahui Suasana Tempat terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Lenga di Jakarta Selatan secara parsial.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta menjadi salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan bermanfaat bagi pembaca serta dapat digunakan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada saat datang ke Kedai Kopi Lenga dan membuat strategi untuk menghadapi persaingan kedai kopi.

