

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kopi merupakan suatu jenis tanaman tropis. Kopi juga merupakan minuman yang tidak mengandung alkohol dan memiliki kafein. Banyak manfaat yang didapatkan dari mengkonsumsi kopi, diantaranya kafein yang terkandung didalamnya dapat meningkatkan laju metabolisme tubuh. Bagi sebagian orang dengan rutinitas yang mengharuskan mereka untuk beraktivitas di malam hari, kopi bisa menjadi alternatif minuman yang baik karena kandungan kafein yang dimilikinya dapat mengatasi rasa kantuk. Kopi juga mempunyai sifat sebagai anti bakteri yang baik hingga memungkinkan untuk menyembuhkan berbagai masalah yang berkaitan dengan Kesehatan.

Berbagai macam jenis kopi saat ini sangat beragam, mulai dari kopi yang perlu proses dalam penyeduhannya atau kopi yang instan dalam penyeduhannya. Pada jaman sekarang menemukan kopi adalah hal yang sangat mudah karena perkembangan jaman dan minat masyarakat saat ini sangat tinggi terutama bagi para penikmat kopi diberbagai kalangan. Anak muda saat ini banyak memilih kedai kopi atau cafe yang memiliki menu pilihan kopi, hal tersebut menandakan bahwa saat ini kopi sudah menjadi trend yang ramai. Siapa pun dapat menikmati segelas kopi tanpa harus bersusah payah mencarinya.

Pada seseorang yang memang sudah terbiasa menikmati kopi, hal yang wajib dinikmati setiap harinya sangat dibutuhkan karena kopi juga memiliki efek candu yang memberikan rasa ingin menikmatinya berulang kali. Maka banyak perusahaan saat ini yang memproduksi kopi yang salah satunya adalah kopi sachet yang tanpa ribet dalam penyajiannya. Hanya dengan membuka bungkusnya lalu dituangkan ke dalam gelas dan menuangkan air panas, maka sudah dapat dinikmati segelas kopi.

Kopi sachet banyak digemari oleh banyak kalangan karena mudah ditemukan dan mudah juga dalam penyajiannya. Harga yang relatif terjangkau pun menjadi salah satu penentu dalam konsumen melakukan pembelian kopi tersebut. Selain harga, rasa pun akan menjadi penentu dimana kopi tersebut akan digemari oleh semua kalangan. Berbagai varian rasa pun menjadi penentu atau ciri khas dimana kopi tersebut akan siap bersaing di pasar dan menjadi sebuah senjata perusahaan yang membuat produktivitas terus berjalan.

Konsumen merupakan faktor paling penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan dimana pemasar perlu memahami dan mengerti tentang perilaku konsumen. Hal tersebut akan sangat berpengaruh untuk dapat memberikan kepuasan para konsumen sehingga dalam pengambilan suatu keputusan pembelian. Pentingnya pemasar memberikan informasi yang diharapkan oleh konsumen, dapat memberikan sebuah nilai baik terhadap perusahaan. Berdasarkan tabel di atas, dalam keputusan pembelian terhadap suatu produk terdapat beberapa faktor dalam bauran pemasaran seperti kualitas produk, harga dan promosi yang dilakukan oleh Kopi Turki SIN.

Dalam sebuah keputusan pembelian, konsumen akan memilih dan menentukan sesuai dengan yang dibutuhkan. Dengan mencari berbagai alternatif produk, hal tersebut menjadikan kopi sachet lokal lainnya sebuah pilihan yang menjadi sasaran terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut mengakibatkan konsumen memiliki alternatif lainnya dan akan menjadi lebih selektif dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Beberapa faktor yang menjadi penggerak dalam sebuah keputusan konsumen tidak lain adalah dari bagaimana perusahaan bisa memenuhi permintaan atas kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diharapkan. Dari berbagai macam alternatif yang ada, konsumen telah melalui tahapan-tahapan pertimbangan yang pada akhirnya akan memutuskan untuk memilih produk apa yang sesuai dengan keputusannya. Kemudian pentingnya suatu perusahaan memberikan pelayanan dan kualitas terbaik kepada konsumen agar konsumen memiliki pengalaman baik pada perusahaan tersebut sehingga dapat melakukan pembelian kembali, salah satu yang menjadi suatu pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Karena pengalaman baik konsumen dalam membeli atau menikmati suatu produk dapat menjadi suatu promosi yang dilakukan oleh konsumen tersebut tanpa permintaan dari perusahaan, dengan kata lain perusahaan mendapatkan keuntungan promosi atau rekomendasi yang dilakukan oleh konsumen kepada orang lain. Maka penting untuk terus menjaga kualitas pada setiap sachet kopi yang disajikan dan perlunya inovasi dan kreativitas untuk dapat terus bersaing pada pasar kopi tersebut. Maka perlu untuk terus memantau dan memahami minat para konsumen.

Tabel 1.1 Penjualan Kopi Turki SIN

Nama Produk	2019	2020	2021
Kopi Turki SIN	4.410.000.000	4.290.000.000	3.260.000.000

Sumber: Data Penjualan PT Tridaya Sinergi Indonesia 2019-2021

Dari tabel 1.1 dapat dilihat fenomena yang terjadi pada penelitian ini adalah penjualan Kopi PT. Tridaya Sinergi di Cilandak tahun 2020 sebesar 4.459.200.000 pcs dan penjualan pada tahun 2021 sebesar 3.455.000.000 pcs, mengalami penurunan penjualan yang dapat dikatakan cukup drastis, yaitu 1.004.200.000 pcs atau 22.5%.

Banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, diantaranya kualitas produk, harga, promosi, citra merk, kualitas pelayanan dan lain sebagainya. Dalam pra Survey yang peneliti lakukan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Kualitas Produk, Harga dan Promosi.

Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan dan keistimewaan produk. Produk yang mahal adalah produk yang berkualitas, konsumen akan membeli produk bila merasa cocok, karena itu produk harus di sesuaikan dengan keinginan. Sehingga konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dikarenakan nilai produk tersebut mempunyai nilai lebih dari produk lain. Fenomena yang terkait dengan Kualitas Produk di PT Tridaya Sinergi Indonesia adalah produk Unggulan Kopi Turki SIN mempunyai Keunggulan kopi dengan perpaduan antara ekstrak nabati dan akar tanaman yang berkhasiat menghilangkan pengaruh kafein yang terkandung dalam kopi sehingga

Kopi Turki SIN ini aman diminum bagi penderita diabetes, kolestrol, asam urat, darah tinggi serta penderita penyakit lain. Dengan Cita Rasa Kopi yang nikmat serta aroma kopi, Ekstrak Nabati dan Akar tambahan yang segar menambah kenikmatan saat meminumnya. Namun rasa tersebut masih belum memiliki banyak peminat untuk kopi sachet atau banyak masyarakat yang sudah familiar terhadap kopi sachet original. Didukung oleh penelitian Made Fajar Fernando dan Ni Made Asti Aksari (2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Tetapi sebaliknya, Dhio Rayen Rawung dan Sem G Oroh dan Jacky S.B.Sumarauw (2015) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh Keputusan Pembelian.

Harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. Penetapan harga dilakukan perusahaan berdasarkan banyak pertimbangan. Fenomena yang terjadi terkait harga yaitu perusahaan melakukan klasifikasi harga untuk semua kalangan, sehingga semua konsumen bisa membeli sesuai dengan kualitas produk yang dimiliki Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia. Kisaran harga Produk mulai dari 25.500 sampai 35.000 untuk per pack. Jika dilihat dari pesaing harga dengan kompetitor Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia termasuk mahal yang mengakibatkan banyak masyarakat lebih memilih kopi yang terjangkau harganya pada brand lain. Didukung oleh Penelitian Made Fajar Fernando dan Ni Made Asti Aksari (2018) yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Tetapi sebaliknya, Rihasto Mega

Saputro dan Mustofa Kamal (2015) yang menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Promosi adalah suatu kegiatan memperkenalkan atau menyebar luaskan informasi tentang produk atau merek, menghasilkan penjualan dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yang mencakup tujuh P: Price, Product, Promotion and Place, People, Process and Physical. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual. Fenomena yang dapat dilihat dari promosi adalah sudah melakukan berbagai promosi melalui media sosial namun masih belum mendapatkan respon yang baik oleh masyarakat. Didukung oleh penelitian Made Fajar Fernando dan Ni Made Asti Aksari (2018) yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh signifikan pada Keputusan Pembelian. Tetapi sebaliknya, M. Algyansyah Malardy dan Devilia Sari (2015) yang menyatakan bahwa Promosi Tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia di Cilandak.**

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah dijelaskan di latar belakang, untuk mencapai tujuan penelitian, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia di Cilandak?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia di Cilandak?
3. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia di Cilandak?
4. Apakah terdapat pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kopi PT Tridaya Sinergi?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh:

- a) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia di Cilandak.
- b) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia di Cilandak.
- c) Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia di Cilandak.
- d) Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia di Cilandak

2. Kegunaan Penelitian

- a) Bagi Peneliti penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana
- b) Bagi Akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai kepuasan konsumen bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan pembelian konsumen.
- c) Bagi Perusahaan menjadi salah satu sumber informasi untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen pada saat membeli produk Kopi PT Tridaya Sinergi Indonesia dan membuat Strategi Pemasaran untuk menghadapi persaingan Kopi

