BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju berdapampak pada perkembangan usaha dan bisnis salah satunya yaitu dibidang kuliner. Makanan dan minuman yaitu kebutuhan primer manusia yang mengakibatkan bisnis kuliner memiliki nilai lebih dibanding usaha jenis lainnya. Perkembangan zaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya sering mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, bertemu klien, atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka. Cafe merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih. Cafe dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Tidak heran bila para pengunjung Cafe bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada di sana. Selain terlibat perbincangan santai, sebagian pengunjung juga menggunakan Cafe sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Pertumbuhan bisnis kedai kopi modern mencapai 2.937 gerai. Persaingan yang ketat menjadikan aktivitas pemasaran sulit untuk dilakukan. Perkembangan produk yang pesat mendorong pebisnis maupun perusahaan untuk berlomba-lomba mengambil hati konsumen dengan cara apapun dengan tujuan memperoleh keuntungan yang maksimal (Cahyani & Sutrasmawati, 2016). Untuk itu, pebisnis maupun perusahaan dapat melakukan pemberian nilai produk dan kepuasan bagi konsumen agar produk dianggap memiliki keunggulan dari produk pesaing (Fauziah, 2019).

Persaingan akibat perkembangan zaman dibidang kuliner yang semakin pesat ini seperti yang ada di kedai Kopi Tiga Arah yang memiliki strategi serta inovasi tersendiri. Kedai Kopi Tiga Arah sendiri merupakan salah satu cafe / warung yang bisa dikatakan baru tetapi banyak dikunjungi oleh masyarakat kota Jakarta Selatan. Suasana serta konsep yang dibangun membuat suasana warung lebih nyaman. Lokasi yang mudah dijangkau merupakan salah satu faktor penting dalam menarik konsumen, jika lokasi yang dijangkau lebih mudah semakin banyak konsumen yang datang. Adapun faktor eksternal yang membuat semakin ramainya pelaku bisnis mengembangkan bisnis kedai kopi atau yang lainnya yaitu gaya hidup khususnya anak muda. Gaya hidup yang mengalir melalui secangkir kopi menjadikan kafe sebagai pilihan gaya hidup yang bisa didapatkan, diisi ulang, atau bahkan ditingkatkan (Tucker, 2017: 6-7). Semakin meningkatnya perubahan gaya hidup anak muda khususnya di Jakarta Selatan, hal ini menyebabkan menjadi daya tarik para pelaku bisnis untuk membuat usaha kedai kopi atau sejenisnya karena tiap tahunnya pertumbuhan budaya nongkrong dan gaya hidup semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan tingkat persaingan dunia usaha dibidang makanan dan minuman semakin ketat, sehingga para pelaku usaha berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan tersebut.

Dengan menciptakan elemen unik dari masing-masing kedai kopi. Untuk memenangkan persaingan di dunia usaha, sehingga mampu untuk menarik konsumen dan membeli produk yang ditawarkan. Kedai Kopi Tiga Arah yang menjadi salah satu kedai kopi di Jakarta Selatan, yang beralamat di Jl. Bumi no 11, Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12120. Peneliti melakukan observasi persaingan kedai kopi disekitar obyek (Kedai Kopi Tiga Arah)

Tabel 1. 1
Pesaing Kedai Kopi Tiga Arah

TA T	N N N N N N N N N N N N N N N N N N N			
No	Nama Kedai Kopi	ANEGA Alamat		
1.	First Crack Coffee	Jl. Bumi No.10, RT.2/RW.3, Gunung, Kec.		
		Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan,		
		Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12120		
2.	Warkop Petogogan	Jl. Petogogan II, RT.4/RW.5, Petogogan,		
	lwn	Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12170		
3.	Kedai Kopi Warno	JL KH. Ahmad Dahlan No 14 Kramat Pela,		
		Kebayoran Baru Kota Jakarta Selatan 12130		
4.	Kedai Kop <mark>i Koldbru</mark>	JL Bumi. No 50, Gunung, Kebayoran Baru,		
		Kota Jakarta Selatan 12120		

(Sumber: Data yang diolah peneliti 2022)

Dari tabel diatas adanya persaingan antara kompetitor dan Kedai Kopi Tiga Arah. Persaingan yang ditawarkan kompetitor diantaranya harga yang ditawarkan relatif lebih mahal dari Kedai Kopi Tiga Arah, lokasi pada beberapa kompetitor sulit ditemukan karena kurangnya visibilitas pada kompetitor, serta rasa yang ditawarkan Kedai Kopi Tiga Arah tidak jauh berbeda dengan kompetitor dan untuk kemasan Kedai Kopi Tiga Arah lebih menarik dibandingkan dengan kompetitor. Tidak hanya rasa dan kemasan yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Tiga Arah akan tetapi, varian menu yang lebih banyak ditawarkan oleh

Kedai Kopi Tiga Arah dibandingkan dengan ke 4 (empat) kompetitor yang ada pada tabel tersebut.

Kedai Kopi Tiga Arah buka dari pukul 12.00 WIB hingga pukul 00.00 WIB, Kedai Kopi Tiga Arah memiliki tempat bernuansa minimalis, nyaman sebagai salah satu tempat untuk menikmati kopi, karena di Kedai Kopi Tiga Arah menyediakan berbagai macam produk kopi serta makanan ringan hingga makanan berat. Konsumen di kedai Kopi Tiga Arah sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian konsumen memiliki beberapa alasan ada sebagian dari konsumen yang ingin menikmati kopi , dan ada <mark>pula</mark> beberapa konsumen yang ingin sekedar mencoba suasana nongkrong serta menikmati minuman dan makanan di kedai Kopi Tiga Arah jakarta. Biasanya/konsumen yang datang mendapat rekomendasi dari teman, sosial media, dan/bahkan ada beberapa konsumen yang datang langsung ke kedai Kopi Tiga Arah tanpa ada rekomendasi konsumen tertarik untuk mengunjungi, ada beberapa faktor salah satunya dekat dengan rumah konsumen dan tempat kerja. Keputusan Pembelian merupakan keputusan konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli, keputusan yang diambil ANABDIT oleh konsumen.

Tabel 1. 2

Data Penjualan Kedai Kopi Tiga Arah Tahun 2021

No	Bulan	Total Penjualan
1	September	Rp10.823.800
2	Oktober	Rp11.905.600
3	November	Rp8.068.000
45	Desember	Rp6.819.360

(Sumber : Data Pengusaha Kedai Kopi Tiga Arah Tahun 2021)

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas terlihat bahwa perkembangan penjualan Kedai Kopi Tiga Arah mengalami ketidakstabilan pada tahun 2021. Pada bulan September penjualan sebesar Rp. 10.823.800 dan pada bulan Oktober meningkat sebesar 9,99% yaitu sebanyak Rp. 11.905.600 dan pada bulan November penjualan menurun sebesar 32,23% yaitu sebanyak Rp. 8.068.000 dan terjadi penurunan kembali pada bulan Desember sebesar 15,48% yaitu sebanyak Rp. 6.819.360 Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa unsur yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian di Kedai Kopi Tiga Arah. Dalam hal ini dapat di indikasi sebagai fenomena pada penelitian ini karena terjadi adanya penurunan pendapatan terhadap Kedai Kopi Tiga Arah yang menurut peneliti dipengaruhi oleh beberapa variable apakah harga, kualitas produk, dan lokasi dari produk tersebut. Maka dari ini peneliti ingin mengetahui apa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Kedai Kopi Tiga Arah.

Keputusan pembelian yaitu dapat dikategorikan secara garis besar ke dalam tiga tahap utama pra-pembelian, konsumsi, dan evaluasi purna beli. Tahap pra-pembelian mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian produk. Tahap ini meliputi 3 proses, yakni indentifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi informasi yang harus dilakukan perusahaan agar mengungguli para pesaingnya demi meningkatkan keputusan pembelian.

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 Hasan (2015:298). Kedai Kopi Tiga Arah memberikan harga yang murah dan terjangkau untuk kalangan mahasiswa, remaja, dan para pekerja. Harga minuman yang ada di kedai Kopi Tiga Arah kisaran Rp. 15.000 hingga Rp. 25.000 dengan harga yang terjangkau konsumen dapat menikmati secangkir kopi atau minuman lain dan makanan dengan nyaman.

Tabel 1. 3

Daftar Menu Kedai Kopi Tiga Arah

Menu	Harga
Americano	Rp. 15.000
Es Kopi Interaksi	Rp. 18.000
Es Kopi Tiga Arah	Rp. 18.000

Cafe Latte	Rp. 16.000
Caramel Macchiato	Rp. 25.000
Es Red Velvet	Rp. 20.000
Lychee Tea	Rp. 16.000
Kentang Goreng	Rp. 15.000
Dimsum	Rp. 25.000

Harga memiliki peranan dalam keputusan pembelian konsumen sebelum melakukan pembelian produk atau menggunakan jasa karena sebelum konsumen memutuskan pembelian produk di kedai Kopi Tiga Arah , 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 Tiga Arah 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 mempengarui keberhasilan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Amstrong (2018:27) mengatakan bahawa "kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, ketetapan,

kemudahan operasi dan perbaikan produk 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 mempengarui keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Sebelum konsumen memutuskan pembelian dan berkunjung ke kedai Kopi Tiga Arah , konsumen mencari manfaat dan Kualitas Propduk dari kedai itu sendiri. Kualitas Produk yang disajikan kedai Kopi Tiga Arah meliputi kemasan, rasa, dan beragam jenis minuman.

Tabel 1. 4

Daftar Karakteristik Produk Kedai Kopi Tiga Arah

Bahan Baku	Teknologi	Kemasan
- Biji Kopi	- Mesin Penggiling Kopi	- Plastik Cup
- Susu UHT	- Drip Coffee Maker	- Sealer Cup
- Gula Aren	- Moka Pot	- Paper Cup
- Syrup	- Mesin Coffee Espresso	- Coffe Bag
- Air Mineral	- WadahUntuk memasak	- Paper Tray
- Es Batu	- Glassware	- Paper Bag

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

Selanjutnya dalam meningkatkan keputusan pembelian selain harga dan kualitas produk, lokasi juga menentukan konsumen melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:55) dalam industri jasa, tempat terutama mengacu pada lokasi dan distribusi yang dapat memberikan kemudahan

bagi pelanggan dalam memperoleh jasa perusahaan. Sebelum konsumen memutuskan pembelian dan berkunjung ke kedai Kopi Tiga Arah, konsumen mencari tahu lokasi dari kedai itu sendiri. Lokasi kedai Kopi Tiga Arah berada di lokasi yang strategis, mudah di akses menggunakan transportasi umum, maupun menggunakan transportasi pribadi, lokasi nya tidak jauh dengan fasilitas umum, seperti rumah sakit, stasiun, sekolah, kampus dan halte busway. Lokasi strategis dan mudah di akses menggunakan transportasi umum, maupun kendaraan pribadi menjadi salah satu faktor konsumen berkunjung dan memutuskan untuk membeli produk kedai Kopi Tiga Arah karena lokasi merupakan arena kegiatan perusahaan untuk membuat produknya tersedia bagi pelanggan.

Fenomena yang terjadi terkait dengan lokasi yang ada pada Kedai Kopi Tiga Arah adalah akses yang mudah dijangkau dengan transoportasi, lokasinya dapat dilihat dengan jelas dari/jalan, tempat parkir yang luas dan nyaman.

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

Penelitian yang dilakukan Umi Fadilah (2017) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh P. Rumondor., A.L.Tumbel., I.W.J.Ogi (2017) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan Umi Fadilah (2017) menyatakan bahwa lokasi bepengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putra Budi Ansori (2020) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Penelitian yang dilakukan Shairen Octavia Mihing (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Andrew F. Manampiring, Irvan Trang (2016) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI TIGA ARAH DI JAKARTA SELATAN.

B. Rumusan Masalah

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

- 1. Apakah ada pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Tiga Arah di Jakarta Selatan secara simultan?
- 2. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Tiga Arah di Jakarta Selatan secara parsial?
- 3. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Tiga Arah di Jakarta Selatan secara parsial?
- 4. Apakah ada pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Tiga Arah di Jakarta Selatan secara parsial?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

- a. Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Tiga Arah di Jakarta Selatan secara simultan
- b. Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Tiga Arah di Jakarta Selatan secara parsial
- c. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Tiga Arah di Jakarta Selatan secara parsial
- d. Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Tiga Arah di Jakarta Selatan secara parsial

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

Penelitian ini menjadi salah satu sumber informasi untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada saat datang ke Kedai Kopi Tiga Arah dan membuat strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan kedai kopi.

