

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Khususnya di wilayah metropolitan, perubahan kehidupan masyarakat dan meningkatnya pengaruh mendorong kebangkitan industri kuliner. Dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat Indonesia menunjukkan kebutuhan yang besar terhadap usaha seperti kedai kopi. Karena semakin ketatnya persaingan di pasar, khususnya di industri kedai kopi, pemilik kedai kopi harus meningkatkan kualitas produknya dan memilih harga sendiri. Pelanggan dapat mengambil keputusan mengenai apa yang akan dibeli dengan mengevaluasi kualitas produk dan harga yang bersedia diberikan oleh kedai kopi, kemudian menentukan apakah harga tersebut wajar atau tidak mengingat kualitas produk tersebut. Karena tingginya tingkat permintaan masyarakat, jumlah permintaan akan kedai kopi meningkat dengan cepat dan signifikan dalam industri kedai kopi, sehingga menunjukkan bahwa keputusan pembelian di sektor ini sangatlah penting. Agar dapat bertahan dalam bisnis dan bersaing dalam industri kedai kopi, ada baiknya perusahaan terus berkembang dalam kaitannya dengan keputusan pembelian konsumen.

Di antara sekian banyak kedai kopi saingan di Kota Singaraja adalah Pendamping Kopi di Jl. Lely, Kaliuntu Singaraja, dan Umah Pradja yang terletak di Jl. Ratna, Banyuasi Singaraja. “Kedai Kopi Dekakiang” merupakan sebuah usaha kedai kopi yang berlokasi di Jl. Sedap Malam Nomor 20, Banyuasri Singaraja. Bisnis ini menjadi salah satu bisnis yang sedang ramai di perbincangkan. Kedai Kopi Dekakiang menyajikan kopi dengan ide retro-industrial masa lalu. Memiliki suasana nostalgia berkat bentuk dan interiornya

yang kuno, serta memiliki halaman yang luas dan indah agar para tamu dapat melepas penat sambil menyeruput kopi. Persaingan yang dihadapi oleh bisnis kopi Dekakiang saat ini tidak dapat dihindari dipandang sederhana, pelaku usaha harus mampu meningkatkan unsur-unsur pendukung seperti kualitas barang dan biaya. Pelanggan dapat membeli barang tergantung pada kualitas produk dan harga yang ditawarkan kedai kopi, dan mereka dapat memutuskan apakah harga tersebut masuk akal mengingat kualitas barang yang mereka dapatkan. Jika dilakukan dengan baik, hal ini akan membuat klien berkeinginan untuk membeli produk agar tidak digantikan oleh penyedia layanan serupa. Kualitas produk dan harga yang dipatok oleh masing-masing perusahaan membedakan layanan serupa satu sama lain, dan ini menjadi informasi penting bagi para pelaku usaha yang ingin menarik target pasarnya. Oleh karena itu, kedai kopi Dekakiang harus mengembangkan strategi untuk menarik klien, bersiap memasuki pasar, dan bersaing untuk mendapatkan peringkat teratas di antara penyedia layanan serupa. Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu mewaspadaai insentif-insentif yang mempengaruhi keputusan pembelian agar dapat menjalankan operasionalnya dan memenuhi harapan para pelaku usaha kedai kopi Dekakiang. Statistik penjualan kedai kopi Dekakiang selama lima bulan terakhir tahun 2023 disajikan di bawah ini. Informasi mengenai permasalahan yang muncul ditampilkan di bawah ini, yang menunjukkan bahwa penjualan telah terjadi:

Tabel 1.1
Data Penjualan Kedai Kopi Dekakiang
Bulan Mei-Oktober 2023

| No | Bulan | Total Pendapatan Kedai Kopi Dekakiang |
|----|-----------|---------------------------------------|
| 1 | Mei | Rp. 30.250.000 |
| 2 | Juni | Rp. 38.342.000 |
| 3 | Juli | Rp. 38.423.000 |
| 4 | Agustus | Rp. 42.751.000 |
| 5 | September | Rp. 41.624.000 |
| 6 | Oktober | Rp. 41.832.000 |

(Sumber : Data Kedai Kopi Dekakiang,2023)

Terlihat dari statistik Tabel 1.1 bahwa pendapatan kedai kopi Dekakiang berfluktuasi antara bulan Mei dan Oktober 2023. Pada bulan Agustus terjadi peningkatan pelanggan di kedai kopi Dekakiang, yang kemudian mengalami penurunan pada bulan September. Pelanggan kedai kopi Dekakiang yang sedang tidak berminat membeli mungkin menjadi penyebabnya. berdasarkan observasi awal yang dilakukan terhadap pemilik dan pengunjung kedai kopi Dekakiang. Karena kopi hanya disajikan dengan cara tradisional dengan tangan atau dengan istilah metode filter tanpa menggunakan mesin kopi sehingga kopinya diukur, pemilik mengaku penjualan cenderung bergetar atau tidak stabil. Hal ini dikarenakan kualitas produk kopi yang disajikan memiliki cita rasa yang berubah-ubah. tidak konsisten, yang menyebabkan rasa kopi berfluktuasi. Selain kualitas kopinya, pelanggan yang ingin memesan di Dekakiang merasa bingung karena terbatasnya pilihan produk di menu. Akibatnya, pelanggan menghindari kedai kopi yang khusus menjual roti, coklat, dan minuman kopi dibandingkan makanan berat seperti nasi. dan seterusnya yang menandakan jika kebutuhan pelanggan tidak terpenuhi maka mereka tidak akan datang. Selain itu, data awal yang

diperoleh dari sepuluh responden pelanggan kedai kopi Dekakiang juga semakin mendukung hal tersebut. Berdasarkan tanggapan sepuluh responden atau pelanggan, hasilnya menunjukkan bahwa mereka semua setuju dengan wawancara pemilik bahwa kualitas produk kedai kopi Dekakiang sangat rendah dan variasi menunya sangat sedikit. Pelanggan juga Tidaklah pantas untuk mengeluh tentang harga yang rendah ketika kopi yang dihasilkan berkualitas buruk dan memiliki rasa yang tidak merata atau bervariasi. Konsumen mengeluhkan barang-barang berkualitas tinggi yang mereka peroleh dibanderol dengan harga yang terlalu mahal. Jika hal ini tidak segera diperbaiki, pelaku usaha bisa mengalami kerugian.

Mengingat keadaan di atas, berbagai faktor, seperti biaya dan kualitas barang, mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam lingkungan yang semakin kompetitif, perusahaan harus melakukan pembelian yang terinformasi dengan baik agar dapat mencapai kesejahteraan. Menurut Kotler dan Keller (2016), konsumen mengikuti lima proses ketika memilih barang yang akan mereka beli: menemukan masalah, menggali informasi, melaksanakan evaluasi alternatif, menentukan keputusan untuk membeli, dan bertindak setelah pembelian. Barang didapatkan oleh pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung, sebagai bagian dari strategi pemasaran perusahaan dan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Renee Yesi S (2021) mengatakan bahwa pilihan pembeli sejumlah faktor seperti harga produk dan kualitas dapat memengaruhi konsumen.

Menurut Maryam et al. pada penelitian yang dilaksanakan pada tahun 2022, kualitas barang akan memengaruhi apa yang akan dibeli orang. Penelitian menunjukkan bahwa ketika pembeli memutuskan apa yang akan dibeli, salah satu pertimbangan terpenting adalah kualitas barang. Kemungkinan besar lebih banyak

pelanggan akan memilih untuk melakukan perbaikan jika produk memiliki kualitas lebih tinggi. Firmansyah dan Sakinah (2021) menemukan bahwa faktor yang memengaruhi pembelian produk tertentu oleh konsumen. Hasil penelitian tersebut mengidentifikasi mengenai barang-barang berkualitas tinggi memiliki kemungkinan lebih besar untuk mengalami karat. Kualitas produk adalah apa yang diterima pelanggan karena dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka, sehingga tentunya berdampak pada keputusan mereka untuk membeli. Studi Mulyati (2020) mendapatkan hasil bahwa faktor penting dalam keputusan konsumen untuk membeli produk adalah kualitasnya.

Kumala & Anwar (2020) menegaskan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Hasil penelitian menentukan harga berdasarkan seberapa banyak konsumen bersedia membayar untuk menjangkau semua demografi. Keunggulan adalah faktor utama yang mempengaruhi penelitian ini, diikuti oleh biaya. Konsumen memandang harga sebagai salah satu unsur penentu dalam melakukan pembelian karena harus diperhitungkan agar dapat menghasilkan keuntungan yang melebihi atau sama dengan biaya perolehan. Selain itu, Nasution dkk. (2020) mengklarifikasi bahwa harga klien atau pelanggan adalah harga yang mereka tentukan untuk suatu barang tertentu. Ketika harga suatu barang atau jasa dikaitkan pada manfaat yang diperoleh pelanggan, penetapan harga terkadang digunakan sebagai cara untuk mengukur nilainya. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa nilai yang dirasakan pembeli akan barang atau jasa meningkat di titik harga tertentu. Hal ini yang menyebabkan harga adalah faktor utama yang dipikirkan konsumen saat memilih produk atau melakukan pembelian adalah harga. Sakinah & Firmansyah (2021). Salah satu temuan

penting adalah bahwa harga secara signifikan mempengaruhi ambang batas evaluasi yang sesuai. Sadarilah bahwa keputusan pembelian lebih terpengaruh dan membaik pada titik harga yang lebih rendah.

Fenomena latar belakang dari subjek penelitian di atas memperjelas fakta bahwa berbagai aspek seperti kualitas dan harga produk memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Ini konsisten dengan hasil observasi yang dilakukan oleh Haque (2020) dan Sari (2021), mereka mengindikasikan bahwa harga dan kualitas produk berdampak besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli sesuatu. Namun, studi oleh Maghfiroh (2019) dan Nadiya & Wahyuningsih (2020) menunjukkan bahwa konsumen tidak terpengaruh oleh harga atau kualitas produk yang mereka beli. Maryam dan lainnya (2022) mengatakan bahwa harga tidak memengaruhi keputusan pelanggan tentang apa yang akan mereka beli. Dengan mempertimbangkan hasil penelitian sebelumnya dan tantangan yang dihadapi oleh kedai kopi Dekakiang, peneliti ingin meneliti lebih lanjut bagaimana konsumen memilih produk berdasarkan kualitas dan harga. Oleh karena itu, para ilmuwan ingin menggunakan istilah ini saat melakukan penelitian melalui skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Dekakiang”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang informasi yang diberikan, permasalahan berikut mengenai kualitas produk dan harga di kedai kopi Dekakiang dapat diperhatikan:

1. Berdasarkan temuan wawancara observasi pertama yang dilakukan di kedai kopi Dekakiang, terdapat variasi penjualan antara bulan Mei dan Oktober 2023.
2. Temuan penelitian sebelumnya belum sepenuhnya mengeksplorasi bagaimana keputusan konsumen membeli produk dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk.

1.3 Pembatasan Masalah

Penulis harus mengidentifikasi masalah dan batasannya berdasarkan informasi latar belakang. Pilihan untuk membeli merupakan variabel terikal pada penelitian ini; variabel independen seperti harga serta kualitas produk harus menjadi fokus utama variabel yang digunakan. Ini akan membantu mengurangi lamanya waktu yang dihabiskan untuk membicarakan subjek tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah penelitian berdasarkan penelitian sebelumnya:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi Dekakiang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi Dekakiang?

3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi dekakiang?

1.5 Tujuan Penelitian

Rumusan masalah di atas menjadi landasan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi Dekakiang.
2. Mempelajari pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi Dekakiang.
3. Mengetahui bagaimana kualitas produk dan harga memengaruhi keputusan pembelian di Kedai Kopi Dekakiang.

1.6 Manfaat Penelitian

Keuntungan berikut diharapkan dari temuan penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Temuan penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan menawarkan keuntungan, khususnya dibidang manajemen pemasaran di mana penilaian tentang apa yang akan dibeli dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti harga dan kualitas produk.

2. Manfaat Praktis

Hal ini bertujuan agar pelaku usaha atau pemilik dapat memanfaatkan temuan penelitian tersebut sebagai pedoman dalam merumuskan aturan, khususnya terkait kualitas produk dan harga saat memutuskan membeli produk.