

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Di era globalisasi yang sedang berlangsung, Menurut Alvin Mariansyah & Amirudin Syarif (2020) persaingan di dunia bisnis semakin ketat memaksa setiap perusahaan untuk terus meningkatkan kinerjanya agar dapat bersaing di pasar. Industri kuliner saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat dan persaingan yang ketat. Persaingan ini ditandai oleh banyaknya bisnis kuliner yang menawarkan produk serupa dengan variasi harga dan pelayanan. Oleh karena itu, pelaku bisnis kuliner perlu merancang strategi yang tepat guna menarik konsumen dan membangun keunggulan dibandingkan dengan pesaing lainnya. Inovasi yang berkelanjutan dan pelayanan terbaik menjadi kunci agar konsumen tetap puas dengan produk yang mereka beli.

Menurut Gunarsih (2021) keputusan pembelian menjadi tahap yang sangat penting dalam proses keputusan konsumen, di mana mereka melakukan evaluasi terhadap berbagai opsi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Konsumen cenderung mengumpulkan informasi tentang produk atau merek tertentu. Mereka juga membandingkan berbagai alternatif untuk menilai efektivitasnya dalam memenuhi kebutuhan. Untuk memastikan keberlangsungan dan perkembangan bisnis, penting bagi setiap perusahaan untuk menawarkan sesuatu yang unik guna menarik pelanggan. Sejalan dengan trend ini, konsumen saat ini lebih selektif dalam memilih produk, yang merupakan dampak dari pesatnya perkembangan dunia usaha. Semakin banyak pelaku bisnis yang memulai dan mengembangkan usaha mereka,

sehingga konsumen memiliki banyak pilihan. Salah satu produk yang sangat populer di seluruh dunia, termasuk Indonesia, adalah kopi, yang memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional.

Hal ini diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan bahwa Syakir & Surmaini (2017) yang menunjukkan bahwa pengembangan kopi berkontribusi positif terhadap perekonomian, melibatkan sekitar 1,96 juta rumah tangga petani (BPS 2017). Dalam persaingan sengit. Diferensiasi produk dan harga menjadi sangat penting untuk membangun loyalitas pelanggan dan memenangkan persaingan pasar. Mereka menyebutkan bahwa perhatian terhadap perbedaan produk dan harga dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam pasar yang penuh dengan variasi. Di Indonesia, budaya minum kopi telah berkembang pesat dengan munculnya berbagai jenis kafe dan kedai kopi yang menawarkan pengalaman unik kepada konsumen.

No	Nama	Produksi (2024)	Keterangan
1	Kopi Robusta	± 520 ribu ton	Mayoritas dihasilkan di Sumatra Selatan, Lampung, dan Jawa Timur. Mendominasi sekitar 80% produksi kopi nasional.
2	Kopi Arabika	± 130 ribu ton	Dihasilkan di Sumatra (Gayo, Mandailing, Lintong), Jawa, Bali, Sulawesi, dan Flores. Memiliki cita rasa khas dan lebih mahal dibanding robusta.

3	Kopi Liberika	± 2-5 ribu ton	Dibudidayakan di Jambi, Riau, dan Kalimantan. Lebih tahan terhadap penyakit dibanding Arabika dan Robusta.
4	Kopi Ekselsa	± 1-3 ribu ton	Jarang dibudidayakan, ditemukan di beberapa daerah di Sumatra dan Kalimantan. Memiliki rasa unik dan sering dicampur dengan robusta.

Tabel 1.1

Data Kopi Di Indonesia

Sumber: <https://tanamanindustri.bsip.pertanian.go.id/>

Kopi memiliki sejarah panjang yang dimulai dari Afrika, tepatnya di Ethiopia, sekitar abad ke-9. Menurut legenda, seorang penggembala bernama Kaldi menemukan kopi setelah melihat kambing-kambingnya lebih energik setelah memakan buah kopi. Ia kemudian mencoba buah tersebut dan merasakan efek serupa. Dari Ethiopia, kopi menyebar ke Arab (khususnya Yaman) pada abad ke-15, di mana ia mulai dibudidayakan dan digunakan dalam upacara keagamaan oleh sufi. Kota pelabuhan Mocha di Yaman menjadi pusat perdagangan kopi, sehingga istilah "Mocha" dikaitkan dengan kopi. Pada abad ke-17, kopi mulai masuk ke Eropa melalui perdagangan dengan dunia Islam. Kafe pertama di Eropa dibuka di Venesia, Italia, sekitar tahun 1645. Kopi kemudian menyebar ke Inggris, Prancis, dan Belanda, yang mulai membudidayakan kopi di wilayah jajahannya seperti

Indonesia, Karibia, dan Amerika Selatan. Hingga kini, kopi menjadi salah satu komoditas paling berharga di dunia, dengan berbagai jenis dan metode penyeduhan yang berkembang di berbagai budaya.

Menurut Syakir & Surmaini (2017) Kopi menjadi komoditas dari sektor perkebunan yang memiliki peranan signifikan dalam perekonomian Indonesia. Di Kota Jambi, perkembangan industri kopi menunjukkan pertumbuhan signifikan dengan banyaknya kafe dan kedai kopi yang menyediakan berbagai jenis kopi dengan beragam harga dan kualitas. Peningkatan ini menyebabkan jumlah coffee shop di Kota Jambi meningkat secara signifikan. Selain itu Indonesia menjadi negara yang memproduksi kopi terbanyak ke 4 di dunia.

Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen menjadi indikator penting yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis di sektor kuliner. Saat ini, semakin banyak pelaku bisnis yang menyadari betapa krusialnya kepuasan konsumen dalam merumuskan strategi untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Widodo (2021) Hal ini juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat, khususnya anak muda, yang kini menjadikan kunjungan ke kedai kopi sebagai bagian dari rutinitas sosial dan rekreasi. Remaja saat ini mengadopsi gaya hidup modern, di mana minum kopi bukan hanya sekadar aktivitas sosial tetapi juga cerminan dari preferensi mereka terhadap kualitas penyajian.

Harga menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen.. Dalam penelitian Hidayah (2022) Harga yang kompetitif memainkan peranan kunci dalam mempengaruhi keputusan pembelian di industri makanan dan minuman. Konsumen cenderung memperhatikan kesetaraan antara

harga yang ditawarkan dengan kualitas yang diterima, berharap mendapatkan nilai yang sesuai dengan uang yang dikeluarkan. Untuk memenuhi ekspektasi ini, kafe-kafe harus menyeimbangkan antara desain interior yang inovatif dan harga yang kompetitif untuk menarik perhatian kaum milenial dan mahasiswa yang merupakan segmen pasar dominan.

Selain itu menurut Asti & Ayuningtyas (2020) kualitas pelayanan menjadi indikator utama dalam penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima. Pelayanan yang baik diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen, dan kualitas pelayanan itu sendiri merujuk pada aktivitas yang tidak dapat dilihat secara fisik. Kualitas ini muncul dari interaksi antara konsumen dan karyawan, serta elemen-elemen yang disediakan oleh perusahaan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen. Penting untuk dicatat bahwa penilaian terhadap kualitas pelayanan yang baik harus didasarkan pada persepsi pelanggan, bukan hanya dari sudut pandang perusahaan.

Di Kota Jambi sendiri juga ada beberapa café yang memberikan kesempatan kepada beberapa teman yang tunawicara atau berkebutuhan Khusus. Mereka dipekerjakan sebagai bagian dari upaya untuk memberikan layanan yang inklusif dan ramah bagi semua pelanggan. Keberadaan pelayan tunawicara atau anak berkebutuhan khusus ini menunjukkan komitmen kafe dalam menciptakan lingkungan yang menerima keberagaman, serta memberikan kesempatan kepada individu dengan keterbatasan untuk berkontribusi dalam dunia kerja. Maka dari itu untuk membedakan antara pelayan yang khusus dengan biasa kafe kafe juga biasanya menyediakan tanda identitas melalui apron yang digunakan oleh mereka.

Ini memudahkan pengunjung untuk mengetahui layanan yang tersedia dan menjalin komunikasi yang lebih baik.

Dengan pendekatan ini, kafe kafe tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanannya, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi semua pelanggan, menghargai setiap individu tanpa terkecuali. Sebagai contoh, Kopi Ketje, sebuah coffee shop di JL. DI Panjaitan, Jelutung, Kota Jambi, mengusung konsep yang menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman dengan fokus utama pada kopi. Didirikan pada tahun 2020, Kopi Ketje beroperasi dengan menyediakan berbagai varian minuman kopi dan non-kopi serta makanan, dari ringan hingga berat. Pelanggan dapat memesan di tempat atau melalui layanan online seperti Go Food dan Grab Food. Kopi Ketje juga menawarkan berbagai area seperti outdoor, indoor, dan VIP untuk memastikan kenyamanan pelanggan. Dengan beragam tawaran dan konsep yang menarik, Kopi Ketje berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan dan menciptakan pengalaman yang unik, sehingga dapat tetap bersaing dalam industri yang semakin kompetitif ini.

Keberagaman menu yang ditawarkan oleh sebuah kafe menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat untuk menikmati kopi. Kopi Ketje, misalnya, menggunakan jenis kopi Arabika sebagai bahan utama dalam sajian mereka, namun juga menyediakan berbagai varian kopi lainnya guna memenuhi selera pelanggan yang beragam. Sehingga menurut Gunarsih (2021) pengelolaan kafe yang baik perlu mempertimbangkan variasi menu agar tetap menarik bagi pelanggan. Dengan menghadirkan pilihan yang beragam, pelanggan tidak akan mudah merasa bosan, sehingga mereka cenderung

kembali untuk mencoba berbagai menu yang tersedia. Selain itu, keberagaman menu juga dapat menciptakan ciri khas atau keunikan tersendiri bagi kafe, yang membedakannya dari pesaing lain di industri yang sama. Oleh karena itu, strategi dalam menyusun dan memperbarui menu secara berkala menjadi aspek penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya tarik kafe di mata konsumen.

Kafe-kafe di Kota Jambi terus berinovasi untuk menciptakan suasana yang nyaman dan menarik bagi para pelanggan, sekaligus menawarkan harga yang bersaing guna menarik minat lebih banyak pengunjung. Salah satu kafe yang berkomitmen untuk memberikan pengalaman terbaik adalah Kopi Ketje. Kafe ini tidak hanya menghadirkan suasana yang menyenangkan, tetapi juga memastikan bahwa setiap produk yang disajikan memiliki standar kualitas tinggi. Dalam menyajikan setiap menu, Kopi Ketje sangat selektif dalam memilih bahan baku. Biji kopi yang digunakan berasal dari sumber berkualitas tinggi, yang kemudian diolah dengan teknik penyeduhan yang konsisten guna menghasilkan cita rasa terbaik. Selain itu, susu yang digunakan adalah susu segar yang dipilih secara hati-hati untuk memberikan keseimbangan rasa dalam setiap minuman. Tidak hanya fokus pada kualitas bahan, Kopi Ketje juga sangat memperhatikan aspek kebersihan, baik dalam pengolahan minuman maupun dalam lingkungan kafanya. Pelayanan yang ramah menjadi nilai tambah dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Penyajian minuman dan makanan pun dilakukan dengan tampilan yang menarik, sehingga menambah daya tarik bagi para pengunjung.

Berikut adalah beberapa menu yang ditawarkan oleh kopi ketje:

KOPI NDESO				KLEPON SERIES		KOPI KETJE
				ES SUSU KLEPON	21K	
Es Kopi Susu Ndeso	Es Kopi Hitam Ndeso	Es Kopi Skito	Es Teh	ES KOPI SUSU KLEPON	21K	
				ES TEH SUSU KLEPON	21K	
				DALGONA SERIES		
				DALGONA COFFEE	23K	
				DALGONA OVALTINE	25K	
				COLLAB SERIES		
				KOPI TEH GELAS JELLY	21K	
				TEH GELAS MACCHIATO	21K	
				MANGO TEH GELAS	21K	
				SELASIH		
				CHOCO NATA DE COCO	21K	
				KOPI SUSU WITH SWEET	21K	
				CORN		
				STRAWBERRY SODA WITH	21K	
				NATA DE COCO		
				ASEAN SERIES		
				ES KOPI SUSU VIETNAM	18K	
				ES TEH SUSU MAMAK	18K	
				THAI BLACK TEA SELASIH	18K	
				FRUITY COFFEE		
				PULPY ORANGE AMERICANO	18K	
				PEACH AMERICANO	18K	
				LYCHEE AMERICANO	18K	

KOPI KETJE			
Nasi Goreng Raja	Mie Becek Bakso	Ropang Ice Cream	Puding Telur
32K	20K	20K	5K
		Ropang Plass	Ropang Ayam Crispy
		18K	28K
		Ropang Ovmaltine	Ropang Kaya
			18K
			Ropang Peanut
			18K
		18K/25K	18K
		Kroket 3/5 pcs	
		18K/25K	
		18K	25K
		Jamur Crispy	Nachos Cheese
		20K	25K
		French Fries	Nachos Hot Lava
		20K	25K

Gambar 1.1

Menu Kopi Ketje Jambi

Sumber : Kopi Ketjeh

Dalam beberapa tahun terakhir, KOPI KETJE JELUTUNG telah berhasil menjadi salah satu coffee shop favorit di Kota Jambi. Hal ini tidak terlepas dari penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berfungsi sebagai pedoman dalam mengelola berbagai aktivitas di kafe, mulai dari tahap persiapan, pelayanan, hingga penutupan. SOP ini memiliki peran penting dalam menjaga kualitas produk, meningkatkan efisiensi operasional, serta memberikan pengalaman yang optimal bagi pelanggan. Salah satu bentuk penerapan SOP di Kopi Ketje mencakup berbagai aspek, seperti standar penampilan dan etika kerja karyawan, prosedur persiapan sebelum kafe mulai beroperasi, tata cara penyambutan serta pengaturan tempat duduk pelanggan, hingga proses penyajian makanan dan minuman sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Dalam beberapa waktu terakhir, popularitas Kopi Ketje mengalami penurunan seiring dengan meningkatnya jumlah coffee shop baru yang hadir di pasar dengan konsep yang lebih modern dan menarik. Banyak kafe-kafe baru yang menawarkan desain interior yang lebih estetik serta menghadirkan pengalaman unik bagi pelanggan, sehingga persaingan dalam industri ini semakin ketat. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Kopi Ketje, meskipun banyak kafe baru bermunculan di Kota Jambi, Kopi Ketje Jambi masih mampu bertahan dan tetap memiliki pelanggan setia yang terus mendukung usaha mereka. Hal ini menunjukkan bahwa Kopi Ketje memiliki daya tarik tersendiri yang membuat pelanggan tetap memilihnya di tengah banyaknya alternatif yang tersedia. Namun demikian, dalam satu tahun terakhir, jumlah konsumen yang berkunjung ke Kopi Ketje Jambi mengalami penurunan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti

perubahan preferensi pelanggan, meningkatnya daya saing dari kafe-kafe baru, serta tren konsumsi kopi yang terus berkembang. Data yang disajikan dalam tabel berikut menunjukkan penurunan jumlah pengunjung yang datang ke Kopi Ketje Jambi, yang dapat menjadi indikasi perlunya strategi baru dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya tarik kafe di tengah persaingan yang semakin ketat.

Bulan	Total (2024)	Persentase
Januari	528	-
Februari	402	-23.86%
Maret	345	-14.18%
April	400	+15.94%
Mei	354	-11.50%
Juni	432	+22.03%
Juli	458	+6.02%
Agustus	425	-7.21%
September	370	-12.94%
Oktober	380	+2.70%
November	350	-7.89%
Desember	362	+3.43%

Tabel 1.2

Data Jumlah Pengunjung Di Kopi Ketje

Sumber : Data Dari Kopi Ketje (2024)

Fenomena ini mencerminkan bagaimana persaingan di industri kuliner, khususnya dalam sektor kopi, sangat dipengaruhi oleh inovasi dalam konsep dan suasana tempat sehingga terjadi ketidak stabilan dalam penjualan. Menurut Astuti (2021) coffee shop baru ini harus memiliki strategi yang tidak hanya menarik perhatian pelanggan dengan desain yang Instagramable, tetapi juga dengan variasi menu yang inovatif dan pengalaman pelayanan yang berbeda. Hal ini membuat banyak konsumen, terutama kalangan milenial, beralih ke tempat-tempat baru yang menawarkan suasana yang lebih fresh dan menarik. Kopi Ketje yang dulunya menjadi pilihan utama, kini harus menghadapi tantangan untuk mempertahankan basis pelanggan yang ada sambil berusaha untuk menarik pelanggan baru. Dengan semakin banyaknya pilihan yang tersedia, konsumen kini lebih selektif dalam memilih tempat untuk berkumpul dan bersosialisasi. Oleh karena itu, penting bagi Kopi Ketje untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi bisnisnya, termasuk penawaran menu, kualitas pelayanan, dan pengalaman keseluruhan yang mereka berikan kepada pelanggan. Sehingga dalam hal ini penulis akan melakukan penelitian mengenai ***“Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Ketje Jambi”***

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah di jabarkan, ada beberapa rumusan masalah yang penulis temukan, sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Harga Produk Kopi Ketje terhadap Keputusan Pembelian di kota Jambi?

2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Kopi Ketje terhadap Keputusan Pembelian di kota Jambi?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Kopi Ketje terhadap Keputusan Pembelian di Kota Jambi?
4. Bagaimana Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Kopi Ketje secara simultan terhadap Keputusan Pembelian?

1.3 BATASAN MASALAH

Penelitian ini menetapkan batasan masalah untuk menjaga fokus dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Kopi Ketje yang berlokasi di kota Jambi, Indonesia. Fokus penelitian adalah pada pelanggan yang melakukan pembelian di Kopi Ketje Jambi.
2. Penelitian ini akan membatasi variabel yang dianalisis hanya pada Harga Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian di Kopi Ketje.

Batasan masalah ini ditetapkan agar penelitian tetap terfokus pada faktor-faktor yang relevan dengan keputusan pembelian di Kopi Ketje dan menghindari pengaruh variabel luar yang tidak terkontrol. Dengan demikian, hasil penelitian akan lebih akurat dan dapat diterapkan secara langsung untuk meningkatkan strategi bisnis Kopi Ketje.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka di dapatlah tujuan dari penelitian ini ,sebagian berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh dari Harga Produk Kopi Ketje terhadap keputusan pembelian di kota Jambi
2. Untuk menganalisis pengaruh dari Kualitas Produk Kopi Ketje terhadap keputusan pembelian di kota Jambi
3. Untuk menganalisis pengaruh dari Kualitas Pelayanan Kopi Ketje terhadap Keputusan Pembelian di kota Jambi
4. Untuk menganalisis pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Kopi Ketje simultan terhadap Keputusan Pembelian di kota Jambi.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan Latar Belakang yang telah di uraikan maka manfaat dari penelitian ini adalah:

A. Bagi Peneliti

1. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih luas bagi penulis dan Meningkatkan pemahaman penulis tentang penerapan ilmu dari perkuliahan.
2. Meneliti bagaimana Harga Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.
3. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengeksplorasi topik serupa.

B. Bagi Perusahaan

1. Penelitian ini berfungsi sebagai masukan dan pertimbangan bagi para pelaku bisnis kuliner dalam mengambil keputusan

2. Penelitian meningkatkan harga produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan terkait keputusan pembelian konsumen
3. Penelitian ini juga dapat memberikan panduan tentang langkah-langkah yang perlu diambil untuk memastikan bahwa produk-produk Kopi Ketje tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen.

C. Bagi Masyarakat

1. Memberikan wawasan kepada masyarakat tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga mereka bisa membuat pilihan yang lebih baik.
2. Membantu masyarakat memahami pentingnya kualitas dan harga dalam memilih produk, yang pada gilirannya dapat mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan layanan.
3. Meningkatkan minat masyarakat terhadap produk lokal seperti Kopi Ketje, yang dapat mendukung ekonomi lokal.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam proses penulisan, proposal penelitian ini dibagi menjadi 5 bab agar penelitian lebih terstruktur dengan rincian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Latar Belakang, rumusan masalah penelitian, perumusan batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan diuraikan dalam bab ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Harga Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,

Keputusan Pembelian adalah beberapa variabel yang digunakan pada bab dalam penelitian ini. Sebagai pembeda antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, dalam bab ini dilakukan pengembangan kerangka berpikir, hipotesis yang diambil, serta tinjauan empiris.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dimuat jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, sumber dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data semua tercakup dalam bab ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Model konseptual, analisis data, hipotesis, dan pengujian data diuraikan dalam bab ini.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian yang dilakukan serta memuat pula saran yang berhubungan dengan hasil penelitian. Diharapkan dapat menjadi gambaran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.