

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pertumbuhan industri kopi yang pesat, ditandai dengan maraknya kedai kopi kekinian dan munculnya berbagai varian rasa, telah mengubah rasa konsumsi kopi di tanah air. Fenomena ini memunculkan berbagai pertanyaan menarik, seperti bagaimana preferensi konsumen terhadap kopi terus berubah, apa yang mendorong pertumbuhan industri kopi, dan bagaimana kopi dapat memberikan kontribusi pada perekonomian masyarakat. Di sisi lain, isu-isu seperti etika produksi kopi, dampak lingkungan, serta kesehatan konsumen juga menjadi sorotan. Dengan demikian, studi mengenai kopi tidak hanya relevan dari perspektif bisnis dan ekonomi, tetapi juga dari sudut pandang sosial, budaya, dan lingkungan.

Di berbagai sektor, termasuk kopi, harga merupakan faktor penting dalam membuat keputusan pembelian. Penetapan harga yang tepat tidak hanya menentukan apakah produk dapat diakses oleh konsumen, tetapi juga bagaimana produk tersebut dilihat dari segi nilai dan kualitas. Beberapa penelitian menemukan bahwa harga memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang tertentu. Harga yang terlalu tinggi atau rendah dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang tersebut. (Farisi & Siregar, 2020)

Tabel 1.1
Daftar Menu *Best Seller* Pada Kopi Kenangan

MENU	HARGA		
	R	L	J
Kopi Kenangan Mantan	19.000	25.000	35.000
Cloud Caramel Macchiato	28.000	36.000	45.000
Matcha Espresso	25.000	34.000	44.000
Milo Dinosaurus	21.000	26.000	35.000
Thai Tea		19.000	26.000
Matcha Latte	30.000	40.000	49.000

Sumber : Kopi Kenangan Kebun Kopi Jambi (2025)

Pada tabel 1.1 diatas menunjukkan daftar menu yang paling *best seller* atau paling banyak disukai oleh konsumen. Pada daftar menu terdapat harga yang berbeda beda tergantung dari ukuran yang dipilih konsumen, ada ukuran regular, large dan jumbo yang disediakan pada kopi kenangan.

Kualitas pelayanan dianggap sebagai salah satu komponen yang paling penting dalam industri jasa, termasuk di industri kedai kopi. Konsumen tidak hanya menilai produk tetapi juga bagaimana mereka dilayani, yang dapat memengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Studi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, beberapa penelitian menemukan bahwa meskipun produk utama memiliki kualitas yang sama, pelanggan yang mengalami pelayanan yang buruk dapat mencari produk lain.

Studi menunjukkan bahwa pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan lebih setia dan lebih sering membeli barang lain. Dibandingkan dengan pesaing

lokal lainnya, ini menjadi salah satu keunggulan kompetitif Kopi Kenangan. Kopi Kenangan masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama dalam mempertahankan kualitas produk dan layanan di tengah ekspansi yang cepat. Selain itu, kompetisi yang semakin ketat dengan munculnya berbagai kedai kopi lokal lainnya membuat Kopi Kenangan harus terus berinovasi untuk tetap puas dengan pelanggannya dan menarik pelanggan baru.

Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan dengan pertumbuhan industry kopi yang pesat, preferensi konsumen telah berubah. Hal ini dipengaruhi oleh variable seperti harga, kualitas pelayanan dan inovasi produk. Harga yang tepat menentukan aksesibilitas dan persepsi nilai, sementara kualitas layanan mempengaruhi kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Selain aspek bisnis, masalah sosial, budaya, dan lingkungan juga menjadi perhatian, menunjukkan dampak besar kopi padaa banyak industri

Salah satu merek kopi yang berkembang pesat di Indonesia adalah Kopi Kenangan. Berdiri pada tahun 2017, Kopi Kenangan berhasil menarik perhatian pelanggan Indonesia dengan model bisnis yang menggabungkan kopi berkualitas tinggi dengan harga terjangkau. Berbeda dengan kedai kopi premium internasional seperti Starbucks, Kopi Kenangan mengusung konsep "kopi untuk semua" untuk menyasar pelanggan kelas menengah di Indonesia dengan harga yang lebih kompetitif sambil mempertahankan cita rasa khas kopi nusantara. Kopi Kenangan berhasil karena strategi pemasaran yang insentif dan operasi yang efisien. Kopi Kenangan telah berkembang dari sebuah toko di Jakarta menjadi ratusan cabang di berbagai kota besar dalam beberapa tahun terakhir. (Farisi & Siregar, 2020)

Kopi Kenangan, sebagai salah satu fenomena baru dalam industri kopi di Indonesia, telah berhasil merevolusi cara masyarakat menikmati minuman hitam ini. Dengan konsep yang unik, cita rasa yang beragam, dan strategi pemasaran yang gencar, Kopi Kenangan berhasil memikat hati generasi muda dan menjadi bagian dari gaya hidup urban. Munculnya Kopi Kenangan tidak hanya sekadar tren semata, tetapi juga mencerminkan perubahan preferensi konsumen yang semakin menuntut pengalaman yang lebih personal dan estetika dalam menikmati kopi

Dari uraian diatas dapat disimpulkan kopi kenangan berhasil berkembang pesat sejak tahun 2017 dengan strategi menghadirkan kopi berkualitas tinggi dan terjangkau, menasar pelanggan kelas menengah. Dengan konsep “kopi untuk semua”, inovasi pemasaran, dan operasi efisien, merek ini telah memperluas jaringan secara signifikan. Namun, untuk bersaing di pasar yang semakin ketat, kopi kenangan harus terus mempertahankan kualitas layanan dan produk sambil berinovasi.

Sumber informasi tersebut didapatkan dari ulasan konsumen pada *google maps*. Kopi kenangan sering menghadapi masalah dengan harga dan layanan, yang dapat berpengaruh pada keputusan pembelian. Salah satu masalah yang ada pada kopi kenangan yaitu dengan kualitas pelayanan, seperti pelayanan yang dianggap tidak sopan, lambatnya penanganan keluhan, dan kurangnya pengetahuan staf yang memahami produk dan memberikan layanan yang ramah. Pelanggan sering merasa bahwa pengalaman mereka hanyalah transaksi biasa karena layanan sering terasa tidak ramah. Berikut ulasan konsumen pada *google maps*:

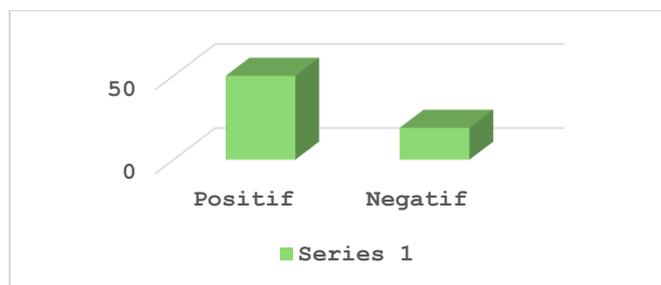
Gambar 1.1
Data rating pada kopi kenangan



Sumber : Google Maps (20 Nov 2024)

Berdasarkan gambar pada 1.1 menunjukkan data rating pada google maps kopi kenangan kebun kopi jambi sebesar 4,5 dengan ulasan konsumen sebanyak 69 konsumen yang mengisi pada google maps tersebut. Data tersebut dinilai cukup baik dan bagus untuk kopi kenangan namun rating tersebut tidak memungkinkan bahwa ada beberapa konsumen yang merasa tidak cukup puas dengan kopi kenangam kebun kopi jambi.

Gambar 1.2
Diagram ulasan pelanggan kopi kenangan



Sumber : Google Maps (20 Nov 2024)

Berdasarkan diagram 1.2 diatas terdapat 2 keadaan yang dimana disatu sisi pernyataan bahwasanya terjadi permasalahan pada pelanggan sehingga memberikan rating dan ulasan yang rendah dan disatu sisi lain data rating dan ulasan pelanggannya memberikan nilai positif. Namun masalah yang diuraikan ini

selalu menjadi perbincangan dikalangan pelanggan. Pada gambar diatas terdapat data tentang ulasan pelanggan di kopi kenangan dengan jumlah ulasan sebanyak 69 ulasan, untuk jumlah nilai positif sebanyak 50 ulasan dan negatif sebanyak 19 ulasan. Data tersebut didapat dari *google maps* dengan rating kopi kenangan 4.5 dimana rating tersebut mendekati sempurna.

Tabel 1.2
Daftar penjualan produk di kopi kenangan

Bulan	Unit Produk Terjual
Januari	240
Februari	267
Maret	321
April	230
Mei	211
Juni	350
Juli	198
Agustus	302
September	261

Sumber : Google Maps tahun 2024

Pada tabel 1.2 diatas terdapat daftar penjualan produk di kopi kenangan kebun kopi jambi yang menunjukkan produk yang terjual selama periode Januari sampai September 2024. Pada bulan Juni terjadinya peningkatan dalam penjualan sebesar 350 unit yang terjual dan pada bulan Mei terjadi penurunan sebesar 211 unit yang terjual.

Kopi Kenangan juga menjadi salah satu kedai kopi lokal favorit masyarakat Indonesia. Bisa dilihat pada data berikut ini :

Gambar 1.3
Daftar Kedai Kopi Lokal Yang Disukai



Sumber : Admin Jakpat,2022

Berdasarkan gambar 1.4 tersebut, Kopi Kenangan berada di peringkat ke dua dari banyak kedai kopi lokal di Indonesia, dengan persentase hanya sedikit di atas Kopi Janji Jiwa, yang berada di peringkat ke satu. Ini menunjukkan bahwa Kopi Kenangan berhasil bersaing dengan baik dengan kedai kopi lokal lainnya. Namun, pertumbuhan yang sangat menjanjikan dimulai pada awal tahun 2022 dengan peluncuran produk baru Kopi Kenangan Hanya Untukmu, yang merupakan kopi kemasan siap minum dengan harga terjangkau. Kopi Kenangan berhasil menjadi kedai kopi pertama dari lima di Indonesia yang mengeluarkan produk kopi kemasan siap minum.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian yang diberi judul **“PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN KEBUN KOPI JAMBI”**

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas maka dapat diambil rumusan masalah yaitu:

1. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi kenangan kebun kopi jambi?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kopi kenangan kebun kopi jambi?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kopi kenangan kebun kopi jambi?

1.3 PEMBATAAN MASALAH

Batasan-batasan penelitian ini dibuat untuk membatasi masalah agar tidak terlalu luas dan menyimpang:

1. Subjek penelitian adalah pelanggan kopi kenangan kebun kopi jambi.
2. Subjek penelitian adalah pelanggan yang membeli dan mengkonsumsi produk kopi kenangan kebun kopi jambi
3. Variabel studi ini adalah harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan di kopi kenangan kebun kopi jambi sebagai objek studi ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian pada kopi kenangan kebun kopi jambi.

2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada kopi kenangan kebun kopi jambi.
3. Untuk menganalisis harga produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kopi kenangan kebun kopi jambi.

1.5 MANFAAT PENULISAN

1. Bagi Kopi Kenangan

Pada Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang bermanfaat bagi Kopi Kenangan untuk kemajuan ke depan, khususnya dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas kepada pelanggan yang berkunjung. Kopi Kenangan dapat memenangkan hati pelanggan karena ada banyak kedai kopi modern yang menawarkan produk yang unik. Karena itu, akan sulit untuk bersaing jika hanya bergantung pada produk.

2. Bagi Peneliti

untuk meningkatkan pengetahuan tentang manajemen, khususnya tentang topik pemasaran, dengan mendapatkan lebih banyak pengalaman menulis ilmiah. Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan wawasan dan pengalaman bagi peneliti dalam bidang penelitian yang serupa, seperti apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Peneliti juga dapat menggunakan penelitian sebagai wadah dan sarana untuk menerapkan teori yang mereka pelajari.

3. Bagi Pembaca

Penelitian dapat membantu pihak-pihak yang melakukan penelitian serupa dan pihak-pihak yang membutuhkan; selain itu, dapat memberikan wawasan tambahan tentang pilihan pembelian, harga, dan kualitas layanan.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Penyusunan ini Terdiri dari beberapa bab yang saling terkait. Sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi pembahasan tentang harga produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian, termasuk juga kedalam rumusan hipotesis. Kemudian hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan berisi pengembangan kerangka pikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang Jenis penelitian, Lokasi penelitian, Operasional variabel, populasi dan sampel, Jenis sumber data, Teknik pengumpulan data dan Teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PENELITIAN

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian diteliti.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan berisi masalah yang ada pada penelitian. Sedangkan saran memberikan jalan keluar untuk mengatasi masalah yang ada.