

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia saat ini mengalami dampak dari kemajuan teknologi yang sangat pesat. Salah satunya dapat terlihat pada perkembangan bisnisnya di bidang makanan dan minuman atau biasa dikenal dengan istilah *Food and Beverage Business (F&B Business)*. Terutama di Jawa Timur, untuk pertumbuhan bisnis kafe dan restoran pada tahun 2018 mencapai sekitar 20 persen. Sehingga kondisi ini memunculkan banyak pelaku bisnis yang tertarik dan terjun di bidang ini. Salah satu fenomena bisnis yang sedang tren di Jember yaitu kedai kopi. Hal ini terlihat dari menjamurnya kedai kopi di Jember baik dari kedai kopi yang sudah mendunia maupun lokal. Sehingga hal ini memunculkan berbagai macam merek untuk kedai kopi dengan penawaran konsep, produk dan layanan yang diberikan.

Salah satunya kedai kopi yang ada di Jember yaitu Kopi Kesuwon. Kopi Kesuwon merupakan kedai kopi yang berlokasi di Ruko Elpashindo Jalan Mastrip 59C, Jember. Pemilik dari kedai Kopi Kesuwon adalah Riza Shahab. Kedai ini mulai dibuka pada tanggal 25 Agustus 2018. Kopi Kesuwon menawarkan berbagai macam produk minuman dan makanan seperti kopi, susu, donat, dan brownies. Dengan hadirnya Kopi Kesuwon di Jember dapat menambah pilihan varian minuman di kedai kopi yang telah ada.

Minuman kopi dan susu saat ini tengah menjadi tren bagi semua kalangan umur khususnya kalangan pelajar dan mahasiswa di Jember. Sehingga memunculkan pilihan untuk konsumen melakukan keputusan pembelian. Namun, setiap konsumen secara sadar tidak menyadari jika mereka telah melakukan keputusan pembelian pada produk yang diinginkan maupun dibutuhkan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2000) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:120) mendefinisikan tentang keputusan sebagai pemilihan dalam suatu tindakan tentang dua atau lebih pilihan alternatif. Pengambilan keputusan konsumen tidak

hanya dipengaruhi oleh berbagai informasi saja melainkan juga dipengaruhi faktor lain, seperti citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan. Menurut Keller dalam penelitian Rezeki dan Wulandari (2016) citra merek merupakan keyakinan dan persepsi yang dilakukan oleh konsumen pada merek. Citra merek memiliki peran mengenai karakteristik produk dan kualitas layanan yang ditawarkan. Sebuah produk untuk memiliki citra merek yang baik membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Oleh karena itu, Kopi Kesuwon terus mengusahakan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya dalam mendapatkan citra merek yang baik pada warga Jember.

Kualitas produk salah satu faktor yang turut berkontribusi untuk peningkatan citra merek dalam pengambilan keputusan. Jika kualitas produk yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen dapat memengaruhi citra merek menjadi tidak baik. Karena sebuah produk harus mencerminkan kualitas yang baik. Kualitas produk yang diberikan Kopi Kesuwon sesuai dengan standarnya yaitu dengan memberikan takaran setiap resep guna menjaga konsisten rasa pada produknya. Sehingga produk yang ditawarkan dapat melebihi harapan konsumen untuk memutuskan terjadinya pembelian berulang.

Kualitas layanan juga menjadi faktor penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian. Kualitas layanan yang ditawarkan Kopi Kesuwon adalah fasilitas tempat bagi konsumen yang ingin menikmati produk Kopi Kesuwon dengan nyaman. Sehingga hal tersebut menjadikan nilai tambah dan tidak banyak kompetitor yang menyediakan fasilitas ini. Selain tempat yang ditawarkan juga ditunjang adanya fasilitas lain seperti *Wi-Fi*, musala, dan kamar mandi. Dan juga memberikan pelayanan yang ramah dari barista dan kasir kepada konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Kesuwon.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang diatas, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kesuwon?
2. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kesuwon?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kesuwon?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kesuwon?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjabaran dari rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut.

1. Menguji dan menganalisis citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kesuwon.
2. Menguji dan menganalisis citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kesuwon.
3. Menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kesuwon.
4. Menguji dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kesuwon.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penjabaran diatas, adapun manfaat penelitian yang diharapkan dapat memberikan informasi tentang pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kesuwon.

1. Bagi pihak Kopi Kesuwon

Dapat digunakan sebagai masukan dan memberikan referensi kepada pihak Kopi Kesuwon dengan mengetahui faktor-faktor dari variabel mana yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat membantu dalam melakukan pengembangan produknya.

2. Bagi Peneliti

Digunakan sebagai dasar untuk menambah referensi dan pertimbangan dalam penyusunan penelitian selanjutnya, terutama tentang pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.