

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis di zaman sekarang ini sangat pesat seiring dengan bertumbuhnya perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik para konsumen. Para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin kompetitif. Perusahaan diharapkan mampu untuk memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Konsumen saat ini sudah mulai berpikir secara kritis dan cerdas dalam memilih produk mana yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaatnya untuk mereka. Hal tersebut membuat perusahaan harus bisa memahami perkembangan dan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen, terutama di bidang bisnis kuliner.

Bisnis kuliner yang sedang berkembang pesat salah satunya yaitu coffee shop. Coffee shop atau bisa juga disebut kedai kopi merupakan istilah bagi seseorang untuk menamai sebuah tempat usaha yang tidak hanya menjual kopi, tetapi juga berbagai macam minuman panas atau dingin. Bahkan ada juga coffee shop yang menjual makanan seperti roti bakar dan lain sebagainya. Banyak dari kalangan mahasiswa maupun pekerja yang di sela-sela waktu senggangnya digunakan untuk menghabiskan waktunya di warung, khususnya coffee shop. Bisnis coffee shop di Indonesia saat ini khususnya di kota-kota besar semakin berkembang dengan pesat. Banyak bermunculan wirausahawan yang membuka coffee shop dengan berbagai konsep atau ide-ide yang dibuat untuk menarik pelanggan dari berbagai kalangan. Kabupaten Situbondo merupakan salah satu kota yang sudah banyak memiliki coffee shop seperti Kopi Male, Kopi Siip, Beli Kopi, Ngopi Yok dan Lokale. Kopi Male merupakan salah satu coffee shop yang akan dijadikan lokasi penelitian ini.

Kopi Male merupakan salah satu coffee shop yang menawarkan minuman kopi dengan berbagai varian rasa yang beragam. Banyaknya pilihan varian rasa kopi yang ditawarkan oleh pemilik usaha, membuat konsumen memiliki banyak

pilihan sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian. Perilaku keputusan pembelian dari setiap konsumen tentu bervariasi dengan melakukan beberapa pertimbangan seperti memperhatikan kualitas produk, citra merek dan harga.

Menurut Herlambang (2014:36) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya yang meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Penentuan baik buruknya kualitas produk, ditentukan dan dinilai oleh konsumen berdasarkan persepsi konsumen. Suatu produk dikatakan berkualitas jika kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi. Kualitas produk yang baik akan memberikan kepercayaan kepada konsumen sehingga konsumen memiliki motivasi untuk membeli dan menikmati kembali produk tersebut. Produk yang ditawarkan Kopi Male kepada konsumen berupa minuman kopi dengan berbagai varian rasa dengan pengemasan menggunakan gelas plastik yang terdapat label Kopi Male pada sisi gelasannya dan bagian atasnya ditutup menggunakan alat press perekat gelas plastik (*cup sealer*). Proses pembuatan minuman di Kopi Male sangat terjamin kebersihannya, sehingga konsumen tidak perlu ragu untuk membeli produk yang ditawarkan Kopi Male. Pemasaran produk Kopi Male dilakukan dengan cara menjaga dan mempertahankan nilai yang sudah tertanam baik dibenak para konsumennya, sehingga dengan demikian produk Kopi Male dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

Faktor lain selain kualitas produk yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah citra merek. Menurut Roslina (2010:334) dalam Indrasari (2019:94) Citra merek adalah asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat merek tertentu. Asosiasi tersebut dengan sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek. Citra merek dapat dibangun oleh produsen atau konsumen. Produsen membentuk suatu citra terhadap merek yang dikeluarkan, yang kemudian mempengaruhi konsumen dalam mempersepsikan merek tersebut. Bisnis yang telah memiliki nama dan dikenal oleh masyarakat luas akan menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Salah satu contohnya adalah coffee shop Kopi Male yang telah dikenal oleh konsumennya. Kata “Male”

berasal dari bahasa Jawa yang artinya lagi. Jadi maksud dan tujuan pemilik usaha memberi nama tersebut yaitu agar para konsumen mudah mengingat dan tertarik untuk membeli kembali (*repeat order*) produk Kopi Male.

Faktor selanjutnya yang memberikan pengaruh kepada keputusan pembelian konsumen adalah harga. Tinggi atau rendahnya harga suatu produk sangat diperhatikan oleh konsumen disamping kualitas produk yang dihasilkan. Philip Kotler (2001:439) dalam Herlambang (2014:47) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Sehingga sebelum melakukan pembelian, konsumen akan mencari tahu harga yang paling sesuai dengan kemampuannya. Konsumen mengharapkan produk yang diperolehnya sesuai dengan harga yang ditawarkan, oleh karena itu harga memiliki peran langsung yang berkaitan dengan pembentukan nilai konsumen. Harga yang ditawarkan oleh Kopi Male telah disusun sedemikian rupa agar bisa dijangkau oleh konsumen dengan ekonomi menengah kebawah, terutama pelajar dan mahasiswa. Harga minuman kopi di Kopi Male cukup beragam, berkisar dari harga Rp. 7.000,- sampai dengan Rp. 13.000,- untuk kemasan gelas 350 ml dan harga Rp. 18.000,- sampai dengan Rp. 24.000,- untuk kemasan botol 500 ml. Coffee shop Kopi Male juga menyediakan beberapa menu paket minuman yang diberi nama paket NGOBAR yang berkisar dari harga Rp. 31.000,- sampai dengan Rp. 35.000,-. Hal ini cukup terjangkau bagi konsumen Kopi Male sehingga Kopi Male tergolong cukup ramai dibandingkan pesaing lainnya pesaing lainnya yang ada di Kabupaten Situbondo seperti Kopi Siip, Beli Kopi, Ngopi Yok dan Lokale.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, peneliti memilih Kopi Male sebagai lokasi penelitian karena usaha ini termasuk usaha yang paling banyak diminati dibandingkan dengan usaha coffee shop lain yang menawarkan produk sejenis. Produk yang ditawarkan oleh Kopi Male memiliki varian rasa yang khas, dapat dikonsumsi hingga jangka waktu tertentu dan harga yang ditawarkan dapat menjangkau banyak konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dengan ramainya konsumen yang berkunjung ke Kopi Male. Sehingga peneliti tertarik

untuk melakukan penelitian pada Kopi Male mengenai keputusan pembelian konsumen serta menganalisa dan menguji bagaimana pengaruh variabel kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian di Kopi Male Kabupaten Situbondo.

### **1.2 Rumusan Masalah**

- a. Apakah variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Male Kabupaten Situbondo?
- b. Apakah variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Male Kabupaten Situbondo?
- c. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Male Kabupaten Situbondo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- a. Menentukan dan menganalisa pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga secara serempak terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Male Kabupaten Situbondo.
- b. Menentukan dan menganalisa pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Male Kabupaten Situbondo.
- c. Menentukan dan menganalisa variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Male Kabupaten Situbondo.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Peneliti, hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan terutama mengenai bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Male Kabupaten Situbondo.
- b. Bagi Perusahaan, hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan referensi dan motivasi bagi perusahaan dengan melihat faktor yang paling berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Male Kabupaten Situbondo sehingga hal tersebut dapat menjadi acuan perusahaan untuk mempertahankan kualitas produk, citra merek dan harga yang diberikan kepada konsumen.
- c. Bagi Akademisi, hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi literatur kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi referensi dan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.