

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang saat ini sangat cepat, dapat dilihat dari banyaknya bisnis usaha yang berkembang pesat. Perkembangan dalam dunia bisnis ini dapat menjadi pemicu adanya persaingan bisnis antar pelaku bisnis. Pelaku bisnis dituntut lebih kreatif dan inovatif melakukan pengembangan usaha agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin berkembang. Pelaku bisnis yang menginginkan bisnisnya berkembang dan dapat bersaing harus memiliki keunggulan bisnis seperti penyediaan produk yang berkualitas, pelayanan yang baik, harga yang relatif murah dibandingkan pesaing, dan pemilihan lokasi yang strategis. Dengan adanya keunggulan bisnis diharapkan bisnis tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Saat ini bisnis yang dapat berkembang dengan cepat dan memiliki nilai jual yang tinggi adalah bisnis kuliner. Salah satu contoh bisnis kuliner yang saat ini berkembang sangat pesat adalah warkop (warung kopi) atau kedai kopi. Warkop adalah singkatan dari warung kopi, warkop biasanya tidak hanya menjual kopi tetapi juga menjual berbagai macam minuman panas atau dingin dan juga menjual camilan. Warkop biasa menjadi tempat bagi kalangan pelajar untuk mengisi waktu luang atau untuk belajar dan mengerjakan tugas. Tidak hanya kalangan muda tetapi juga para pekerja kantoran juga biasa mengisi waktu istirahatnya di warkop.

Kabupaten Jember merupakan salah satu kota yang cukup memiliki banyak café dan warkop yang tersebar di berbagai kecamatannya. Menurut Nandita dkk (2023) Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah penghasil komoditi kopi terbanyak di Provinsi Jawa Timur. Menurut BPS Provinsi Jawa Timur, potensi produksi kopi di Kabupaten Jember pada tahun 2022 mencapai 11.000 ton. Kabupaten Jember merupakan Kabupaten ketiga di Provinsi Jawa Timur yang memiliki luas areal tanaman kopi seluas 18.321 hektar setelah Kabupaten Bondowoso memiliki luas areal tanaman kopi seluas 20.116 hektar dan Kabupaten Malang dengan memiliki luas areal tanaman kopi seluar 19.207 hektar.

Kopi merupakan komoditas perkebunan rakyat yang diusahakan hampir seluruh Kabupaten Jember. Inilah sebabnya bisnis kuliner café dan warkop di Kabupaten Jember dapat berkembang sangat pesat.

Salah satunya di kecamatan Sumpalsari yang merupakan daerah dekat kampus sehingga membuat pertumbuhan bisnis kuliner café dan warkop sangat berkembang pesat. Beberapa warkop yang berada di Kecamatan Sumpalsari adalah kopi kampus, basecamp kopi, warkop cak ndoet, warkop cak kebo, warkop cak pong warkop anwar, warkop brewok dan warkop cak wang. Tempat penelitian yang akan diambil oleh peneliti adalah Warkop Cak Wang.

Warkop Cak Wang merupakan salah satu warkop yang cukup ramai dikalangan penikmat kopi saat ini. Warkop Cak Wang sendiri sudah berdiri dari tahun 2011 dan bertahan hingga saat ini. Warkop Cak Wang menjual berbagai macam minuman panas maupun dingin dengan berbagai varian rasa dengan kualitas produk yang baik. Warkop Cak Wang memiliki 9 karyawan yang melakukan pergantian shift per harinya. Fasilitas yang terdapat di Warkop Cak Wang sendiri sudah cukup lengkap mulai dari wifi, stop kontak dan juga tempat yang nyaman untuk menikmati kopi. Warkop Cak Wang memiliki harga minuman yang relatif murah bagi kantong pelajar dan mahasiswa yaitu berkisar pada harga 10.000 – 20.000. Warkop Cak Wang memiliki lokasi yang cukup strategis yaitu berada di Jalan Mastrip, Krajan Timur, Tegalgede, Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember. Dengan adanya keunggulan bisnis diharapkan Warkop Cak Wang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta dapat bersaing antar pelaku bisnis dengan bisnis yang sejenis. Dari beberapa keunggulan Warkop Cak Wang diatas dapat menjadi beberapa pertimbangan bagi konsumen yaitu dengan mempertimbangkan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi sebelum melakukan keputusan pembelian.

Menurut Peter dan Olson (2000) dalam Sangadji dan Sopiha (2013:332) , pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Menurut Engel et al (2006) dalam Sangadji dan Sopiha (2013:334), mengemukakan lima tahap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi

alternatif, keputusan pembelian dan hasil. Faktor yang banyak ditemui dalam keputusan pembelian adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi.

Menurut Kotler (2014:231) dalam Daga (2017:37), kualitas produk adalah the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need. Yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas produk dipilih dalam penelitian ini karena kualitas produk dalam memberi kepuasan terhadap konsumen Warkop Cak Wang memiliki kualitas produk yang baik sehingga dapat menjadi keunggulan dalam bisnis ini. Selain kualitas produk Warkop Cak Wang juga memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:681) dalam Indrasari (2019:54), kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Suatu kualitas dinyatakan baik jika penyedia jasa memberikan pelayanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan tidak langsung terlibat dalam proses produksi namun kualitas pelayanan berfokus pada pemenuhan dan keinginan pelanggan.

Faktor lain yang berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah harga. Menurut Buchori Alma (2013:169) dalam Indasari (2019:39), harga (price) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Variable harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Karena sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen akan mencari informasi mengenai harga suatu produk, apakah harga tersebut sesuai dengan produk atau jasa yang akan didapatkan.

Faktor yang tidak kalah penting dalam pengambilan keputusan adalah lokasi. Tempat atau lokasi menurut Hurriyati (2008) dalam Fatihudin dan Firmansyah (2019:184) mengatakan untuk produk industri manufaktur lokasi diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk produk jasa lokasi diartikan

sebagai tempat pelayanan jasa. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung.

Berdasarkan uraian diatas terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada empat variable yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Warkop Cak Wang yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Sehingga peneliti mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Warkop Cak Wang Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember
2. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember?
3. Apakah variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember?
4. Apakah variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember?
5. Apakah variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember.
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember.
5. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan mengenai perilaku konsumen dengan melihat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember dan sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi Politeknik Negeri Jember.
2. Bagi perusahaan
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi motivasi serta referensi bagi perusahaan dalam mengembangkan usaha dengan melihat faktor faktor (kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi) yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Warkop Cak Wang Jember.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya.