

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, Industri kopi merupakan salah satu komoditas yang memiliki nilai ekonomi tinggi secara global. Di berbagai negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, dan negara-negara Eropa, konsumsi kopi terus menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Laporan dari *International Coffee Organization* (ICO) menunjukkan bahwa kopi menjadi bagian penting dalam aktivitas harian masyarakat dunia, tidak hanya sebagai minuman, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup modern yang identik dengan produktivitas dan interaksi sosial, terutama di kalangan generasi muda yang sering berkumpul di kedai kopi untuk menikmati kopi diluar rumah sembari bertemu dengan teman maupun mengerjakan tugas kuliah dengan suasana working space yang berbeda (Morrison, A 2022). Salah satunya adalah Perusahaan industri *coffee shop* yang harus terus berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus meningkat.

Coffee shop di Kabupaten Jember berkembang pesat dengan adanya beberapa brand ternama seperti Kopi Kenangan, Janji Jiwa juga dan Fore Coffee Populernya bisnis *coffee shop* mengharuskan para pelaku bisnis membuat usahanya hadir berbeda sehingga membangkitkan minat konsumen untuk berkunjung dan dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya (Alifah et al. 2022). Seiring dengan banyaknya *coffee shop* di Kabupaten Jember semakin meningkatnya jumlah mahasiswa, gaya hidup masyarakat yang gemar nongkrong, *coffee shop* hadir dengan beragam konsep seperti ruang untuk bekerja, bersantai, dan bersosialisasi, juga sebagai sarana untuk berfoto – foto dan menyediakan fasilitas seperti wifi, adanya colokan, terdapat alunan musik yang menambah kesan menarik hingga memiliki desain interior yang khas dan berbeda-beda sehingga menjadi kebiasaan yang dikenal dengan perilaku konsumtif yang membuat pelanggan lebih betah berlama - lama di *coffee shop* (Beno 2022). Dengan adanya fasilitas tersebut

menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, mahasiswa, dan pekerja muda sehingga mampu membuat siapapun yang mengunjunginya merasa nyaman. Konsumen yang datang tidak hanya mencari kopi yang enak, tetapi juga ingin merasa dihargai, oleh karena itu *coffee shop* dituntut untuk memiliki pelayanan yang ramah.

Data pertimbangan pemilihan kedai kopi



Gambar 1.1 Pertimbangan pemilihan kedai kopi

Sumber data : (Goodstas.id,2024)

Pemain baru di industri coffee shop yang menunjukkan pertumbuhan cepat adalah Tomoro Coffee. Merek ini dikenal karena menawarkan produk dengan harga yang terjangkau, kualitas yang bersaing, dan desain gerai yang menarik. Di Kabupaten Jember, khususnya di kawasan Jl. Kalimantan yang padat aktivitas, Tomoro Coffee berhasil menjadi salah satu pilihan utama masyarakat dalam menikmati kopi (Amaliah 2025). Tomoro Coffee memiliki banyak cabang di Jember. Beberapa di antaranya berada di Jalan Letjend Suprpto Kebonsari, Jalan Jawa Sumbersari, Jalan Sultan Agung Kaliwates dan Jalan Kalimantan Sumbersari.

Tomoro Coffee menghadapi tantangan persaingan yang cukup ketat, baik dari brand nasional maupun lokal. Banyak kedai kopi lain hadir dengan konsep, harga, dan kualitas produk yang beragam. Kondisi ini memaksa Tomoro untuk terus melakukan inovasi dan meningkatkan daya saing agar tetap diminati oleh konsumen di tengah maraknya pilihan serupa.

Tomoro Coffee perlu menerapkan strategi yang menyesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Fokus terhadap aspek harga yang kompetitif di pasar, promosi yang efektif, serta kualitas produk yang memuaskan merupakan langkah penting dalam mempertahankan posisi di tengah kompetisi industri kopi, selain itu perilaku konsumen juga menjadi elemen penting dalam menentukan keberhasilan strategi pasar yang diterapkan oleh perusahaan, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian yang mendalam mengenai strategi persaingan yang digunakan oleh Tomoro Coffee serta pengaruhnya terhadap Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Menghadapi dinamika pasar, pengelolaan yang tepat terhadap variabel harga, promosi, dan kualitas produk dapat menjadi solusi strategis. Ketiga aspek ini dinilai mampu memengaruhi persepsi dan keputusan konsumen secara langsung dalam memilih suatu produk. Harga merupakan "penyataan nilai dari suatu produk." Harga yang baik merupakan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan (Belvia et al. 2022) harga berdampak positif pada keputusan pembelian, tetapi harga yang terlalu rendah dapat memengaruhi persepsi kualitas produk. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat sangat penting bagi Tomoro Coffee.

Promosi sangat memengaruhi keputusan pembelian. Semakin ketatnya persaingan di pasar yang ada saat ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran sangat penting bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan dan tetap berada di pasar (Permana et al. 2024). Menurut (Darmawan 2023) promosi bersifat persuasif maka Tomoro Coffee perlu menerapkan berbagai strategi promosi, seperti diskon, program loyalitas, dan kampanye media sosial, untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Kualitas produk adalah faktor penting dalam keputusan pembelian. Produk berkualitas tinggi, kualitas kopi dan pelayanan sangat berpengaruh secara bersamaan memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk, kualitas produk tidak hanya memenuhi ekspektasi pelanggan tetapi juga memberikan pengalaman positif yang mendorong konsumen untuk kembali Menurut (Rina et al. 2023).

Tujuan dari studi yang dilaksanakan yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Tomoro Coffee cabang Jl. Kalimantan, Kabupaten Jember kalangan mahasiswa dari Universitas Jember, Politeknik negeri jember, dan Universitas muhammadiyah jember. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif dan efisien bagi pihak manajemen Tomoro Coffee.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Tomoro Coffee di Jl Kalimantan Kabupaten Jember?
- b. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Tomoro Coffee di Jl Kalimantan Kabupaten Jember?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Tomoro Coffee di Jl Kalimantan Kabupaten Jember?
- d. Apakah variabel harga, promosi, dan kualitas produk yang memberikan pengaruh secara bersama - sama terhadap keputusan pembelian pada Tomoro Coffee di Jl Kalimantan Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Tomoro Coffee di Jl Kalimantan Kabupaten Jember.
- b. Menguji dan Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Tomoro Coffee di Jl Kalimantan Kabupaten Jember.
- c. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tomoro Coffee di Jl Kalimantan Kabupaten Jember.
- d. Menguji dan menganalisis manakah yang berpengaruh secara bersama-sama antara variabel harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tomoro Coffee di Jl Kalimantan Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan Tomoro Coffee
Dengan memahami pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk, penelitian dapat membantu perusahaan membuat dan mengoptimalkan strategi pemasaran yang lebih efektif.
- b. Bagi Akademisi
Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam mengenai perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, khususnya terkait dengan harga, promosi, dan kualitas produk.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya
Memberikan informasi dan data yang relevan untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran dan riset pasar .