

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat dalam perekonomian Indonesia. Perkembangan ini tidak hanya terlihat dari meningkatnya jumlah pelaku usaha makanan dan minuman, tetapi juga dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, sektor makanan dan minuman menyumbang Rp1,53 kuadriliun terhadap PDB, meningkat sebesar 5,9% dari Rp1,05 kuadriliun pada tahun 2020. Angka ini menunjukkan bahwa industri kuliner menjadi salah satu penggerak utama perekonomian, khususnya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong berkembangnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di berbagai daerah.

Pertumbuhan industri kuliner tidak terlepas dari karakteristik masyarakat modern yang cenderung memiliki budaya konsumerisme. Budaya konsumerisme merupakan pola pikir dan gaya hidup yang menempatkan konsumsi barang dan jasa sebagai sarana utama untuk memperoleh kepuasan, membentuk identitas, dan menunjukkan status sosial (Zakiyah dkk., 2024). Fenomena ini mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, salah satunya terlihat dari meningkatnya tren konsumsi kopi, terutama di kalangan generasi muda. Berdasarkan data Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI, 2023), konsumsi kopi per kapita masyarakat Indonesia meningkat dari 1,0 kg per tahun pada 2013 menjadi 1,8 kg per tahun pada 2023.

Peningkatan Konsumsi kopi yang terjadi dimasyarakat secara tidak langsung mendorong bertambahnya jumlah kedai kopi di berbagai wilayah, termasuk di kabupaten Jember. Kondisi ini menyebabkan tingkat persaingan usaha kedai kopi semakin meningkat. Salah satu kedai kopi yang berkembang di kabupaten Jember adalah Kedai Nyara yang berlokasi di Kecamatan Sukowono di Jl. PB. Sudirman, Krajan, Sukowono, Kec. Sukowono, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68194. Kedai Nyara berdiri sejak tahun 2021 dan

menawarkan berbagai produk minuman kopi berbahan dasar biji kopi robusta dan arabika, serta produk minuman nonkopi dan makanan ringan. Kedai Nyara mengusung konsep tempat bernuansa klasik yang nyaman dan santai sehingga sering dimanfaatkan konsumen sebagai tempat berkumpul, bersosialisasi, maupun mengerjakan tugas atau pekerjaan.

Persaingan usaha kedai kopi di Kecamatan Sukowono semakin meningkat seiring dengan berkembangnya budaya minum kopi dan semakin banyaknya berbagai kedai kopi baru di wilayah tersebut. Beberapa kedai kopi yang menjadi pesaing Kedai Nyara antara lain Soft Coffee, Kopi Darat Sukowono, Chelsea Game Café, Sedulur Café, Kedai QTO, Nongkrong Café, Kedai Kopi Awam, serta beberapa kedai kopi lainnya. Kondisi persaingan tersebut menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan dalam melakukan keputusan pembelian, sehingga pihak Kedai Nyara perlu mengetahui dan memahami faktor faktor keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian konsumen merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha karena keputusan tersebut mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran yang telah dijalankan serta menjadi dasar dalam mengevaluasi dan merumuskan strategi pemasaran di masa mendatang. Keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi akhir dalam perilaku konsumen sebelum melakukan pembelian, di mana konsumen mempertimbangkan berbagai alternatif produk atau jasa yang tersedia, sehingga hal tersebut menjadi indikator penting keberhasilan perusahaan dalam memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian (Nasti dkk., 2024). Keputusan pembelian konsumen pada Kedai Nyara salah satunya dipengaruhi oleh persepsi dan pengalaman konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Kualitas produk merupakan keseluruhan kondisi fisik, fungsi, dan karakteristik suatu barang atau jasa yang mencerminkan tingkat mutu, seperti daya tahan, keandalan, ketepatan dan kualitas produk secara keseluruhanyang bertujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Lubis & Ramadanti, 2023). Kedai Nyara telah menerapkan standar operasional prosedur

(SOP) dalam setiap proses produksi serta memberikan pelatihan kepada barista guna menjaga konsistensi kualitas produk seperti cita rasa dan estetika. Selain menjaga mutu produk, Kedai Nyara juga secara berkelanjutan melakukan inovasi melalui pengembangan produk baru agar sesuai dengan selera dan preferensi konsumen yang terus berkembang. Namun demikian, perbedaan preferensi selera konsumen terhadap minuman kopi masih menimbulkan beberapa keluhan, sehingga kualitas produk dan inovasi produk perlu terus diperhatikan sebagai upaya untuk mempertahankan kepuasan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian minuman kopi

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan jasa yang ditentukan oleh kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi dan mengendalikan harapan konsumen secara konsisten, di mana pelayanan dinilai berkualitas apabila sesuai atau mampu melampaui harapan konsumen berdasarkan pengalaman yang dirasakan. Oleh karena itu, konsistensi dalam memberikan pelayanan yang andal, responsif, dan berorientasi pada kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting (Laia, 2024). Pada Kedai Nyara, kualitas pelayanan tercermin melalui keramahan barista dan karyawan, kecepatan serta ketepatan penyajian pesanan, kebersihan kedai, serta penyediaan fasilitas indoor dan outdoor yang memberikan kenyamanan dan pilihan suasana bagi konsumen, sehingga diharapkan mampu menciptakan pengalaman positif dan mendorong keputusan pembelian di tengah persaingan usaha kedai kopi yang semakin ketat. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya masih terdapat permasalahan pelayanan, di mana pada kondisi tertentu karyawan membawa permasalahan pribadi ke lingkungan kerja, sehingga berdampak pada sikap dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan kenyamanan dan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya dapat menyebabkan penurunan jumlah kunjungan serta memengaruhi keputusan pembelian minuman kopi di Kedai Nyara.

Faktor lain yang berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian adalah promosi. Menurut Ningrum dkk. (2022), promosi merupakan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu atau perusahaan kepada masyarakat luas dengan tujuan memperkenalkan produk, jasa, merek, atau perusahaan, serta memengaruhi masyarakat agar tertarik untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan, sehingga promosi berfungsi sebagai alat komunikasi yang menjembatani hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Bagi Kedai Nyara, promosi yang menarik dan dilakukan secara berkelanjutan dapat menjadi solusi untuk menjangkau konsumen baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Akan tetapi, dalam beberapa tahun terakhir efektivitas promosi mengalami penurunan akibat kurang optimalnya pelaksanaan promosi, khususnya melalui media sosial Instagram, yang disebabkan oleh hilangnya akun Instagram Kedai Nyara yang telah digunakan sejak lama dan tidak aktif, sehingga pihak pengelola harus membuat akun baru. Selain promosi melalui media sosial, Kedai Nyara juga menerapkan berbagai strategi promosi lainnya, seperti penyelenggaraan konser musik, pengadaan kejuaraan permainan daring seperti *Mobile Legends*, kegiatan nonton bareng pertandingan sepak bola, serta pemberian contoh produk kepada konsumen, yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan mendorong terjadinya keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Nyara.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Nyara Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk bahan evaluasi dan kontribusi nyata dalam perumusan strategi pemasaran serta peningkatan daya saing bagi pelaku usaha khususnya kedai Nyara untuk dapat meningkatkan daya minat beli konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Nyara Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Nyara Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Nyara Kecamatan Sukowono, Kabupaten jember?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Nyara Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi secara bersama sama terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Nyara Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Nyara Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Nyara Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember.
4. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Nyara Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi yang bermanfaat bagi pengelola Kedai Nyara dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian minuman kopi. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai refrensi untuk menyusun strategi pemasaran dalam peningkatan kualitas produk, pelayanan, serta promosi yang lebih efektif,

sehingga mampu menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian ilmu pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di sektor kuliner. Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh akademisi dalam memperdalam teori terkait kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya yang ingin meneliti topik serupa dengan objek, lokasi, atau pendekatan yang berbeda, sehingga dapat memperluas pemahaman dalam konteks yang lebih luas atau lebih spesifik.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi pengalaman akademik yang bermanfaat bagi peneliti dalam mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan analitis, serta keterampilan dalam melakukan riset secara ilmiah.