

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya minat masyarakat terhadap minuman kekinian mendorong tumbuhnya berbagai usaha minuman, sehingga persaingan usaha menjadi semakin dinamis (Dewi *et al.*, 2024). Konsumen minuman kekinian saat ini tidak hanya mempertimbangkan rasa, tetapi juga memperhatikan variasi produk, kemudahan memperoleh produk serta kesesuaian produk dengan gaya hidup. Salah satu jenis minuman yang cukup diminati adalah minuman teh hijau karena memiliki citra sebagai minuman yang praktis, menyegarkan, dan sesuai dengan gaya hidup masa kini dibandingkan minuman sejenis (Meilyani *et al.*, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa minuman teh hijau memiliki peluang pasar yang cukup besar, tetapi pada saat yang sama juga menghadapi persaingan yang sangat ketat.

Persaingan usaha minuman tidak hanya terjadi di kota besar, tetapi juga terjadi di tingkat daerah, termasuk di Kabupaten Pasuruan. Konsumen di pasar lokal semakin memiliki banyak alternatif produk minuman sejenis, yang mudah dijumpai di sekitar pusat aktivitas masyarakat (Bayudi *et al.*, 2025). Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen untuk menjaga kelangsungan bisnis mereka. Di tengah situasi tersebut, keputusan pembelian menjadi faktor krusial yang perlu diteliti lebih lanjut, karena konsumen cenderung membandingkan produk, harga, lokasi, serta sikap pribadi mereka sebelum membeli.

Salah satu usaha minuman berbasis teh yang berkembang di Kabupaten Pasuruan adalah Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir, Kabupaten Pasuruan. Usaha ini didirikan pada 17 Agustus 2024 di Bangil dan kemudian mengembangkan usahanya dengan membuka cabang di kawasan Gunung Gangsir. Dapur Tea Ijo menawarkan varian produk berbahan dasar teh hijau yang dipadukan dengan beragam cita rasa, seperti *original tea*, *milk green tea*, *lychee tea*, hingga *mango tea*. Produk-produk tersebut dipasarkan pada tingkat harga yang terjangkau, yaitu berkisar antara Rp5.000 hingga Rp8.000 per gelas. Dalam menjalankan operasional bisnisnya, unit usaha ini didukung oleh 8 orang tenaga kerja dengan segmen pasar

sasaran yang mencakup berbagai kelompok konsumen minuman praktis dan menyegarkan.

Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir dipilih sebagai objek penelitian karena berada di lokasi yang dekat dengan aktivitas masyarakat sehingga mempunyai potensi untuk menjangkau konsumen yang cukup luas. Selain itu, usaha ini merupakan usaha yang sedang berkembang, sehingga penting untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai keputusan pembelian pada usaha tersebut. Pemilihan ini juga didasarkan pada adanya fenomena penjualan yang belum stabil sehingga relevan untuk dikaji dalam penelitian keputusan pembelian konsumen.

Meskipun memiliki peluang pasar yang cukup baik, Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir masih menghadapi kondisi penjualan harian yang berfluktuasi. Berdasarkan hasil pra - observasi, rata-rata penjualan tercatat sekitar 40 gelas per hari dengan pendapatan harian sekitar Rp200.000. Pada hari-hari tertentu, penjualan dapat meningkat hingga 80 gelas per hari, sedangkan pada hari lain menurun hingga sekitar 30 gelas per hari. Fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir belum stabil. Apabila kondisi ini tidak dianalisis dengan baik, maka pemilik usaha akan kesulitan mengetahui faktor utama yang menyebabkan konsumen membeli atau tidak membeli produk.

Keputusan pembelian konsumen pada Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir diduga dipengaruhi oleh faktor produk, harga, lokasi, dan sikap konsumen. Produk menjadi faktor penting karena konsumen mempertimbangkan rasa, aroma, kemasan, kualitas, serta variasi produk sebelum melakukan pembelian. Produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan minat beli (Kholik *et al.*, 2024). Selain itu, harga juga menjadi pertimbangan karena konsumen menilai kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas dan manfaat yang diterima (Puspitarini *et al.*, 2022). Faktor lokasi juga memengaruhi keputusan pembelian karena berkaitan dengan kemudahan akses, visibilitas lokasi, dan fasilitas pendukung seperti area parkir (Kotler & Armstrong, 2020). Pada Dapur

Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir, produk ditawarkan dengan berbagai variasi rasa, harga berkisar antara Rp5.000 sampai Rp8.000 per gelas, serta lokasi yang relatif mudah dijangkau dan terlihat dari jalan utama. Di samping itu, sikap konsumen juga berperan dalam keputusan pembelian karena mencerminkan penilaian konsumen terhadap produk berdasarkan aspek kognitif, afektif, dan konatif, yaitu pengetahuan, perasaan, serta kecenderungan untuk membeli atau merekomendasikan produk (Wardhana, 2024). Dalam konteks Dapur Tea Ijo, sikap positif dapat terbentuk apabila konsumen menilai produk teh hijau memiliki rasa yang enak, manfaat yang sesuai, serta memberikan pengalaman konsumsi yang menyenangkan.

Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen untuk memilih membeli atau tidak membeli suatu produk (Permana *et al.*, 2025). Variabel yang memengaruhi keputusan pembelian minuman teh hijau adalah produk, harga, lokasi, dan sikap konsumen karena berdasarkan hasil pra-observasi keempat faktor tersebut dinilai paling relevan dengan kondisi objek penelitian. Relevansi tersebut juga diperkuat oleh penelitian Landa *et al.* (2022) berjudul *Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen Membeli Makanan di Rumah Makan Sederhana Padang*, yang menunjukkan bahwa variabel produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Selain itu, Resman *et al.* (2024) dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Marketing Mix dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Abon Kelapa Terekel Baregbeg Ciamis)* juga membuktikan bahwa sikap konsumen memiliki peran dalam keputusan pembelian. Meskipun demikian, masih terdapat keterbatasan penelitian yang menguji pengaruh produk, harga, lokasi, dan sikap konsumen secara bersama-sama dalam satu model, khususnya pada usaha minuman berbasis teh hijau skala lokal. Kondisi ini menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut agar diperoleh gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir untuk menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian, baik secara serempak maupun parsial, serta mengidentifikasi

variabel yang paling dominan. Hasil penelitian diharapkan memberikan manfaat teoritis sebagai tambahan referensi dalam kajian perilaku konsumen dan pemasaran, serta manfaat praktis berupa informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada usaha minuman teh hijau, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perilaku konsumen di Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah produk, harga, lokasi, dan sikap konsumen berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian minuman teh hijau pada Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir, Kabupaten Pasuruan?
2. Apakah produk, harga, lokasi, dan sikap konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minuman teh hijau pada Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir, Kabupaten Pasuruan?
3. Variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian minuman teh hijau pada Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir, Kabupaten Pasuruan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh variabel produk, harga, lokasi dan sikap konsumen secara serempak terhadap keputusan pembelian minuman teh hijau pada Dapur Tea Ijo cabang Gunung Gangsir, Kabupaten Pasuruan.
2. Menganalisis pengaruh variabel produk, harga, lokasi dan sikap konsumen secara parsial terhadap keputusan pembelian minuman teh hijau pada Dapur Tea Ijo cabang Gunung Gangsir, Kabupaten Pasuruan.

3. Menentukan variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian minuman teh hijau pada Dapur Tea Ijo cabang Gunung Gangsir, Kabupaten Pasuruan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemilik usaha, akademisi, dan institusi.

1. Bagi Dapur Tea Ijo

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian minuman teh hijau pada Dapur Tea Ijo Cabang Gunung Gangsir. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam memahami perilaku konsumen dan menentukan prioritas perbaikan usaha.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan referensi ilmiah mengenai pengaruh produk, harga, lokasi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian, khususnya pada UMKM di sektor minuman teh hijau. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji perilaku konsumen dan keputusan pembelian.

3. Bagi Politeknik Negeri Jember

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di Politeknik Negeri Jember, khususnya pada bidang manajemen agroindustri dan pemasaran. Hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi dalam kegiatan pembelajaran, penyusunan karya ilmiah, dan penelitian selanjutnya.