

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan di era globalisasi terjadi perkembangan sangat pesat oleh karena itu, perusahaan diuntut untuk cepat beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi dalam perusahaan selalu mencoba memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen guna mendapatkan tempat dibenak konsumen, sebab perkembangan teknologi tersebut membawa dampak bagi konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku mereka. Fakta tersebut ditunjukkan dengan munculnya *white coffee* dalam bentuk sachet. Kemasan dalam bentuk sachet memudahkan konsumen untuk menggunakannya, tanpa perlu bersusah payah membwa *white coffee* dalam bentuk serbuk. Saat tahun 2013 ini konsumen lebih cenderung mementingkan kesehatannya dengan berfikir *white coffee* tidak bikin kembang atau menimbulkan sakit maag karena kandungan *low acid* dan rendah kafein yang tidak membuat jantung berdebar kencang. Sompotan (dalam okezone, 2013), bahwa kopi putih diolah dengan margarin untuk memberikan rasa pada kopi panggang agar lebih ringan.

Produk-produk kopi sachet *white coffee* yang beredar di pasar terdiri atas merk kopiko white coffee, Kopi luwak white coffee, Kopi ABC white coffee. Umumnya berat *netto* 20 gram yang dengan kisaran harga Rp 1000,- persachet dengan rasa yang berbeda. Saat ini konsumen lebih selektif memilih dan membeli produk yang ditawarkan perusahaan dan Konsumen akan memilih produk yang berkualitas baik.

Perusahaan berupaya lebih keras lagi agar produknya diterima oleh konsumen dan menjadi pangsa pasar diantara produk yang sejenis. Perusahaan membutuhkan informasi dan keinginan konsumen terhadap suatu produk melalui tanggapan suatu respon. Tujuan pemenuhan kebutuhan maupun keinginan adalah tercipta tingkat rasa kepuasan setinggi mungkin. Kemampuan suatu produk dalam

memberi kepuasan tertinggi kepada penggunaanya dapat menguatkan kedudukan atau posisi produk tersebut dalam benak konsumen dan dapat menjadi pilihan utama pada pembelian selanjutnya.

PT. Santos Jaya Abadi merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai merk kopi terbesar di Indonesia (Wikipedia 2013,). Perusahaan ini tumbuh dari sebuah industri rumah tangga sederhana di Surabaya, berdiri tahun 1927, sang pelopor Go Soe Loet memproduksi kopi. Kopi yang di produksi oleh Go Soe Loet banyak diminati masyarakat sehingga kopi hasil produksi Go Soe Loet begitu terkenal. Pada tahun 1927 perusahaan melakukan perkembangan sekaligus perubahan sehingga generasi kedua mulai tampil untuk memastikan kelanjutan dan kesuksesan usaha dengan memperkenalkan mesin dan peralatan mutakhir, mengembangkan manajemen, meningkatkan keterampilan tenaga kerja serta memperluas penyebaran produk hingga tersedia di seluruh Jawa Timur.

Tahun 2013 PT. Santos Jaya Abadi telah sukses memproduksi merk Kapal Api, kemudian dengan alasan kepuasan pelanggan, PT. Santos Jaya Abadi mengeluarkan merk kopi Kapal Api Grande white coffee dalam bentuk sachet *netto* 20 gram. Hal ini merupakan keputusan yang berani dilakukan oleh kopi Kapal Api dalam membangun *brand image* di dalam benak konsumen. Tujuannya adalah untuk memenuhi keinginan para konsumen *white coffee*.

PT. Santos Jaya Abadi mengajak kepada para konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan yaitu produk kopi Kapal Api Grande White Coffee dengan berbagai cara yaitu, iklan yang digencarkan, bonus produk (beli 2 gratis 1), dan menjadi sponsor di acara televisi di salah satu stasiun swasta. Konsumen yang dimaksud yaitu seseorang pria dan wanita dewasa yang mengkonsumsi produk kopi Kapal Api Grande White Coffee yang berada di kawasan kecamatan Sumbersari yang lebih di spesifikasikan di jalan Jawa, Mastrip, Kalimantan. Banyak toko dan warung penjual produk kopi Kapal Api Grande White Coffee di tiga jalan tersebut.

Konsumen dalam memilih produk kopi Kapal Api Grande White Coffee dihadapkan dengan banyak pilihan produk *white coffee*. Konsumen cenderung memilih produk kopi Kapal Api Grande White Coffee. Beberapa hal yang

mempengaruhi konsumen memilih produk kopi Kapal Api Grande White Coffee yaitu kemasan yang lebih menarik, aman untuk kesehatan, dianggap bebas dari kandungan minyak babi.

Prilaku konsumen yang mendasar dalam memutuskan pembelian produk dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Kotler (1996) berpendapat, dari beberapa kelompok kebudayaan, sosial, pribadi, psikologis faktor seperti kesehatan, produk, kelompok acuan, umur, pekerjaan, pendapatan, pengalaman dapat mempengaruhi prilaku konsumen. Faktor tersebut dalam pembelian dapat melatar belakangi dan menentukan konsumen di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

Penjual produk kopi Kapal Api Grande White Coffee sering kali kurang memperhatikan faktor-faktor tersebut, padahal faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk kopi Kapal Api Grande White Coffee . Berdasarkan uraian tersebut di atas maka judul penelitian ini adalah : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk kopi Kapal Api Grande White Coffee (Studi Kasus Di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah faktor kesehatan, produk, kelompok acuan, umur, pekerjaan, pendapatan, pengalaman secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kopi Kapal Api Grande White coffee?
2. Apakah faktor kesehatan, produk, kelompok acuan, umur, pekerjaan, pendapatan, pengalaman secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen pada produk kopi Kapal Api Grande White Coffee?
3. Faktor manakah yang dominan diantara faktor kesehatan, produk, kelompok acuan, umur, pekerjaan, pendapatan, pengalaman terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada produk kopi Kapal Api Grande White Coffee?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor kesehatan, produk, kelompok acuan, umur, pekerjaan, pendapatan, pengalaman secara serempak terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen produk kopi Kapal Api Grande White Coffee.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor kesehatan, produk, kelompok acuan, umur, pekerjaan, pendapatan, pengalaman secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen produk kopi Kapal Api Grande White Coffee.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor kesehatan, produk, kelompok acuan, umur, pekerjaan, pendapatan, pengalaman yang berpengaruh dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada produk kopi Kapal Api Grande White Coffee.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
Dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak perusahaan tentang faktor dominan yang menjadi penentu keputusan konsumen untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan sehingga pihak perusahaan akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan konsumen.
2. Bagi penulis
Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bidang ilmu pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.
3. Bagi Perguruan Tinggi
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.