

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Trend bisnis di bidang kuliner sangat menarik untuk diikuti, mengingat kebutuhan dan keinginan para konsumen yang tinggi dan bervariasi dalam hal kuliner. Konsep bisnis kuliner sangat beraneka ragam, seperti restoran, cafe atau coffeeshop, warung makan kaki lima, dan lain-lain. Di Indonesia, Coffeeshop biasa disebut warung kopi atau kedai kopi.

Indonesia terutama di Pulau Jawa terkenal dengan salah satu hasil buminya yaitu kopi yang telah diperdagangkan hingga di seluruh dunia, dalam perkopian dunia secangkir kopi di Indonesia dikenal dengan sebutan a cup of java. Sejak jaman Belanda, Indonesia merupakan produsen kopi memiliki cita rasa terbaik di dunia (Kementrian Perindustrian, 2017). Kegiatan minum kopi di Indonesia mulai menjadi tren ketika munculnya film karya anak bangsa yaitu yang berjudul “Filosofi Kopi” pada tahun 2014 silam. Padahal konsumsi kopi bukanlah hal yang baru di Indonesia. Kopi di Indonesia mengalami peningkatan konsumsi hingga 7% pertahun (Hadijah, 2017). Meningkatnya konsumsi kopi membuat ini menjadi peluang usaha dan tumbuh pesat sampai saat ini.

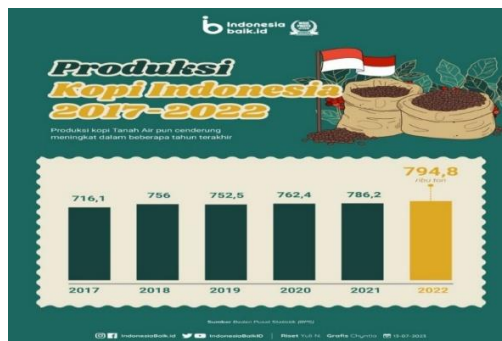
Coffeeshop mulai hadir di tengah-tengah kita, mulai dari pelosok desa, hingga di pusat perkotaan. Keberadaan coffeeshop seolah sudah menjamur dan dapat ditemui dimanamana dengan berbagai konsep seperti bergaya rumahan, bergaya klasik hingga bergaya modern. Keberadaan tempat kuliner yang tidak hanya sekedar untuk mencari makanan juga menjadikan bisnis ini semakin meningkat, seperti bertemu dengan teman atau keluarga, relasi bisnis, menyelesaikan tugas atau pekerjaan, dan untuk sekedar bersantai menghilangkan

kepenatan dalam kesibukannya. Salah satu tempat kuliner yang menjadi pilihan banyak konsumen adalah coffeeshop atau kedai kopi yang tidak hanya menyediakan makanan dan minuman, tetapi juga menyediakan fasilitas lain, seperti musik dan tempat yang nyaman, suasana ini membuat pengunjung betah untuk berlama-lama (Lestari, 2021).

Menurut Adi W. Taroepratjeka salah satu konsultan kopi di Indonesia, hampir semua sudut kota dapat dipastikan ada warung kopi. Kedai Kopi bukan termasuk coffee shop yang mewah tetapi bukan pula termasuk warung kopi biasa. Kedai Kopi cenderung coffee shop menengah. Kedai Kopi menawarkan menu dan rasa spesial pada minumannya yang berbahan dasar kopi espresso. Saat ini di kota Palembang semakin marak coffee shop atau kedai kopi baru yang berdiri dan tersebar diseluruh pelosok kota. Di Indonesia, Coffe Shop biasa disebut warung kopi atau kedai kopi. Coffee Shop mulai hadir ditengah-tengah kita, mulai dari pelosok desa, hingga di pusat perkotaan. Definisi Coffee Shop menurut Wiktionary (2010) bisa diartikan sebuah café kecil atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi dan terkadang minuman non-alkohol, makanan sederhana atau snacks, dengan fasilitas yang menunjang di tempat tersebut.. Konsumsi kopi di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Dalam hal ini menimbulkan ketertarikan dari para pengusaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman untuk membuat tempat usaha yang menyajikan menu berbahan dasar kopi.

Produksi kopi di Indonesia diprediksi mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, seperti yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 1. 1 Produksi Kopi Di Indonesia

Sumber: <https://images.app.goo.gl/FGqkRBowvKxEnusAA>

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2022) produksi kopi di Indonesia berada dalam tren meningkat. Pada 2022 angkanya mencapai 794,5 ribu ton atau naik 1,1% dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan tingkat konsumsi 370 ribu ton, sehingga menyebabkan terjadinya surplus 425 ribu ton. Peningkatan produksi kopi menandakan terjadinya peningkatan konsumsi terhadap kopi tersebut.

Penelitian yang dilakukan sangat penting dan menarik untuk di teliti karena persaingan antar Perusahaan sejenis yaitu coffe shop yang berada di kota padang. Perusahaan coffe shop atau Perusahaan lain sejenisnya perlu untuk mengetahui apa saja faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan Keputusan pembelian suatu produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2018), mendefinisikan keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Menurut Firmansyah (2018), keputusan pembelian merujuk pada suatu solusi yang dapat dilakukan oleh pribadi ketika menetapkan opsi perilaku mutlak baik dua maupun berlebih perilaku alternatif, juga dianggap sebagai sebuah aktivitas pembelian yang akurat.

Beberapa Faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang

memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk yang berkualitas tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga menciptakan pengalaman positif yang berkelanjutan. Menurut Laila & Sudarwanto, (2018)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Apabila keluhan ini disampaikan kepada orang lain maka akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk. Ketika kualitas produk yang diharapkan berbeda dengan yang didapatkan, maka kemungkinan akan membuat konsumen merasa tidak puas dan beralih melakukan pembelian pada produk sejenis lainnya, oleh karena itu produk yang disajikan kepada konsumen haruslah benar-benar berkualitas baik dan jangan sampai konsumen memiliki kesan negatif terhadap produk yang ditawarkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:11), kualitas produk ialah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Menurut (Oktrichaendy et al., 2022) kualitas produk adalah mengacu pada kemampuan suatu produk untuk memberikan nilai pada pelanggan terbaik dan yang sesuai atau bahkan lebih tinggi dari kebutuhan pelanggan. Produk yang memiliki kualitas baik akan menimbulkan *feedback* kepuasan dari pelanggan yang lebih baik. Apabila kualitas produk yang dimiliki suatu usaha cukup bagus maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja, dan juga dapat memenangkan pasar persaingan Perusahaan sejenisnya, oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui keinginan serta kebutuhan konsumen sehingga dapat menciptakan kualitas produk yang baik dan bernilai tinggi dan sesuai dengan harapan dari konsumen (Regina & Daryanto Seno, 2020). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan

(Aprillia Dewi Ratnasari) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, Faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian. Sudana et al. (2021) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kapasitas perusahaan untuk memberikan layanan terbaik dibandingkan pesaingnya yang kemudian menjadi sumber keuntungan kompetitif. Kualitas layanan didefinisikan penilai konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Geotsh dan Davis dalam jurnal (Haris, 2023) mengatakan bahwa kualitas layanan adalah kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan juga didefinisikan sebagai faktor yang menentukan profitabilitas dan kesuksesan bisnis. Selain itu, Yuliana (2024), juga berpendapat bahwa produk yang memiliki kualitas akan mampu meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Jika produk yang dihasilkan adalah berupa layanan maka pelayanan yang semakin baik maka akan berdampak pada peningkatan keinginan konsumen untuk memilih produk tersebut atau merasakan layanan yang diberikan.

Menurut Afwan (2019), setiap produk yang ditawarkan harus dikenalkan kepada konsumen, agar konsumen dapat mengetahui apa saja rekomendasi yang terbaik dari produk yang di berikan dan spesifikasi serta menyampaikan keinginannya. Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (percieved service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Menurut Ardalia et al., (2023) Proses pembelian barang atau jasa dapat berjalan lancar ketika komunikasi yang

efektif dan pelayanan tepat waktu antara penjual dan pembeli, pelayanan dapat diterima dengan harapan para konsumen maka dapat terciptanya pelayanan yang maksimal. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi konsumen serta merasa puas akan pelayanan didapat, faktor tersebut dapat mendasari konsumen sebelum memutuskan untuk membeli.

Hal ini berarti bahwa citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasar pada sudut pandang atau persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Hasil penelitian (Bichler et al., 2020) berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diperkuat oleh temuan Menurut (Nushrat Nahida Afroz, 2019) serta penelitian dari (Arroyo-López et al., 2017) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1. 1 Daftar Nama Coffe Shop

NO	NAMA CAFFE SHOP	ALAMAT	RATING
1	Suko Kopi	Jl. Dr Sutomo No. 84, Padang Timur	Rating 4,2 dari ulasan (394)
2	Parewa Coffee	Jl. Moh Hatta No. 11 Pauh	Rating 4,6 dari ulasan (525)
3	Kubik Koffie	Jl. Madang No. 12	Rating 4,4 dari ulasan (1,1 ribu)
4	Sasana Kopi	Jl. Jend A. Yani No, 48	Rating 4,8 dari ulasan (254)
5	Kopi Kita	Jl. Jhoni Anwar No.9,Ulak Karang Utara, Kec.Padang Utara	Rating 4,5 dari ulasan (184)

Sumber: <https://cafewanderergh.com>

Dari beberapa *Coffe Shop* yang ada di kota Padang terdapat salah satu *Coffe Shop* yang menarik, yaitu Kopi Kita. Kopi kita merupakan salah satu coffe shop yang cukup terkenal di kota

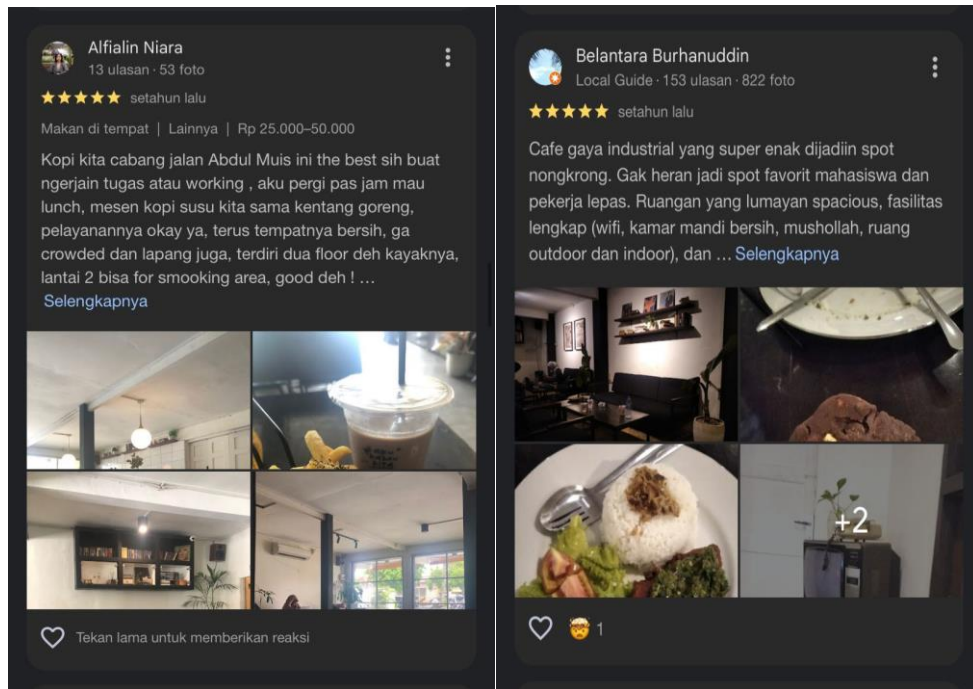
padang, selain dengan konsepnya yang kekinian kopi kita juga memiliki rasa dan kualitas pelayanan yang sangat baik. Walaupun *Coffe Shop* ini sudah melakukan berbagai upaya untuk menghadapi persaingan bisnis *Coffe Shop* yang semakin ketat, dengan menyediakan keunikan jenis produk dan pelayanan, agar pelanggan mendapatkan suatu pengalaman mengesankan ketika menggunakan jasanya. Di kota padang kopi kita sudah memiliki beberapa cabang, yaitu berada pada cabang kopi kita marapalam, jati, jhoni anwar, veteran, dan gunung pengilun.

Hal yang menarik saat ini pada kopi kita yaitu selain Kopi kita menyediakan menu minuman dan juga menyediakan makanan berat, kopi kita juga menyediakan sarana foto box (photoboth) yang bekerja sama dengan jasa foto mesin waktu. Hal ini yang menjadi daya tarik bagi anak muda saat ini terutama pelajar dan mahasiswa yang suka ngopi cantik dan mengerjakan tugas. Karena tempat yang disediakan kopi kita sangat nyaman untuk mengerjakan tugas, bertemu klien dan pastinya banyak spot foto yang bagus dan keren.

Kopi kita juga menawarkan suasana yang unik dengan gaya bangunan *rustic* dan *gravity*, kopi kita juga menyediakan *smoking area (outdoor atau rooftop)* dan *no smoking area (indoor)* bagi pengunjungnya. Tapi pada kenyataannya kopi kita masih berada diposisi yang rata-rata 4,5 yang mana tidak tinggi ataupun tidak rendah berdasarkan rating yang diberikan oleh konsumennya.

Kopi kita juga sering melakukan kerjasama dengan berbagai komunitas atau Perusahaan sejenis seperti mengadakan sarana Photoboth yang bekerja sama dengan Perusahaan mesin waktu. Hal ini dilakukan bertujuan untuk memperkuat imagenya di mata masyarakat kota Padang. Berdasarkan ulasan dari pelanggan yang pernah mengunjungi kopi kita, banyak yang memberikan ulasan yang positif sehingga mendapatkan rating 4,5 di Google Review dan 4,8 di Aplikasi Gojek. Menurut pelanggan, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Kopi Kita kepada pelanggan sangat memuaskan. Dari segi Harga sangat terjangkau dan rasa kopi yang disukai pelanggan. Namun, masih terdapat opini dari para pelanggan yang

memberikan rating dibawah standar, terutama dalam hal sarana dan prasarana seperti mej atau kursi, pembelian via aplikasi online yang tidak sesuai dan area outdoor. Berikut review pelanggan dari Google Review dan Gojek.



Gambar 1. 2 Review positif pelanggan Suko Kopi padang pada google riview

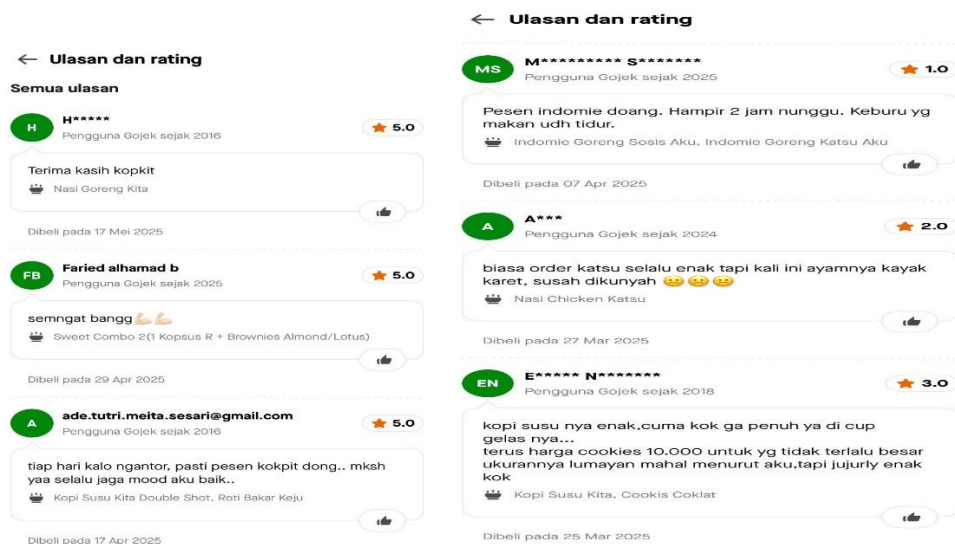
Sumber:google review



Gambar 1. 3 Review Negativ pelanggan Kopi Kita padang pada google rievew

Sumber:google review

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa masih kurangnya kualitas layanan yang diberikan oleh Kopi Kita Padang. Mulai dari ketidak sesuaian pesanan yang di pesan oleh konsumen hingga sarana prasarsana seperti meja dan kursi yang kurang nyaman. Banyaknya keluhan konsumen tentang kualitas pelayanan Kopi Kita menandakan rendahnya tingkat kepuasan konsumen, sehingga konsumen akan memilih kedai kopi yang memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik.



Gambar 1. 4 Review pelanggan Kopi Kita padang pada Aplikasi Gojek

Sumber:Review Aplikasi Gojek

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa masih kurangnya kualitas produk yang diberikan oleh Kopi Kita Padang. Mulai dari ketidak sesuaian rasa yang sering berubah-ubah yang di pesan oleh konsumen hingga produk yang diberikan tidak sesuai dengan takaran yang sesuai dengan harga yang di berikan. Banyaknya keluhan konsumen tentang kualitas produk Kopi Kita menandakan rendahnya tingkat kepuasan konsumen, sehingga konsumen akan memilih kedai kopi yang memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik.

Penelitian ini sudah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti terdahulu, dari hasil penelitian terdahulu terdapat variabel yang tidak konsisten. Walaupun penelitian ini sudah dilakukan sebelumnya, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena lokasi yang akan diteliti pada penelitian ini adalah di Kota Padang, dan objek penelitian ini adalah Kopi Kita. Terdapat perbedaan hasil penelitian antara para peneliti terdahulu, ini berarti terdapat variabel yang tidak konsisten. Menurut Achmad (Achmad & Gusnadi, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diperkuat oleh temuan (Amo Sugiharto, 2021) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Namun Berdasarkan keterhubungan penelitian diatas, maka peneliti kembali mengangkat variabel kualitas produk.

Menurut (Aprillia Dewi, 2021)) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh Kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diperkuat oleh temuan Menurut (Nushrat Nahida Afroz, 2019) serta penelitian dari (Arroyo-López et al., 2017) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, berbeda dengan penelitian menurut (Polla, 2018) berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan (negatif) terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan tersebut, tentang pentingnya, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan maksimal. Sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Kita kota padang”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kita di Kota Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kita di Kota Padang?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kita di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kita di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kita di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kita di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah literatur, ataupun kajian dari pengaruh kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kopi Kita Kota Padang, serta membuka kemungkinan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang permasalahan keputusan pembelian.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis mengenai keputusan pembelian dan faktor yang mempengaruhinya.

2. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis, dan dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan panduan untuk lebih bisa memahami faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya dalam merumuskan masalah baru serta diharapkan dapat memberi kontribusi dalam pengembangan penelitian mengenai keputusan pembelian.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini dilakukan lebih terarah dan topik yang dibahas tidak meluas maka perlu dilakukan pembatasan lingkup penelitian.

Adapun pembatasan lingkungan pada penelitian ini adalah:

1. Variabel yang diteliti adalah variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel Keputusan pembelian.
2. Studi kasus pada Kopi Kita di Kota Padang.
3. Responden yang diteliti adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Kopi Kita di Kota Padang.