

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan ekonomi terbagi menjadi tiga jenis yaitu, kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Diantara tiga jenis kebutuhan ekonomi tersebut mengkonsumsi kopi adalah termasuk kedalam kebutuhan primer, kebutuhan primer adalah kebutuhan pokok atau utama untuk dipenuhi untuk memelihara keberlangsungan hidup, meliputi bahan makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, pendidikan dan kesehatan.<sup>1</sup>

Kopi sangrai adalah salah satu produk yang bisa berpotensi untuk dikembangkan, karena kopi sangrai permintaan pasarnya cukup besar, karena dapat menjadi salah satu alternatif produk unggulan khususnya di kota cilegon dan juga berpotensi di provinsi banten serta diuar provinsi banten. Selama ini para pengusaha kedai kopi atau coffe shop terhadap kopi bubuk sangrai jumlah permintaannya cukup besar, karena aroma dan citarasa kopi bubuk yang disangrai lebih enak

---

<sup>1</sup> Nitami Yuliati dan Gigih Pratomo, "Analisis Pengaruh Kebutuhan Ekonomi Keluarga Terhadap Pendapatan Tenaga Kerja Wanita (Studi di Industri Kulit Kota Surabaya)", *Jurnal Economie*, Vol. 01 No. 1, 2019, hal 78

dibandingkan dengan kopi bubuk yang di produksi dengan penggorengan biasa.<sup>2</sup>

Salah satu yang mempengaruhi persaingan bisnis yaitu harga, karena harga dapat memicu persaingan bisnis antar perusahaan, misalnya terjadi kesamaan produk atau harga, pasti salah satu perusahaan akan menetapkan harga untuk mempertahankan usahanya<sup>3</sup>. Persaingan bisnis saat ini terlihat semakin ketat, sejalan dengan peningkatan persaingan bisnis yang semakin ketat, semakin cermat pula pembeli atau konsumen untuk memilih produk. Dalam artian kini perusahaan perlu untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dan kreatif dalam memproduksi suatu produk atau jasa agar perusahaan dapat tetap bertahan dalam kondisi persaingan yang semakin ketat ini. Ada banyak strategi yang bisa diterapkan dalam suatu perusahaan agar tetap bertahan dalam ketatnya persaingan bisnis ini, misalnya dengan menerapkan strategi penerapan harga, meningkatkan kualitas produk dan kualitan layanan<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Mokh Rum dan Burhan, "Pendampingan Industri Rumah Tangga Kopi Bubuk Sangrai di Kecamatan Turen Kabupaten Malang", *Jurnal Pangabdhi*, Vol.3 No. 2, 2017, hal 67

<sup>3</sup> Tembesi Citra Neisia, J. A. F. Kalangi dan Olivia Walangitan, "Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Kerombasan Manado, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 No.3, 2018, hal 37

<sup>4</sup> Rissa Mustika dan Prihartono, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)", *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 5 No. 3, 2021, hal 1171-1172

Proses pengambilan keputusan merupakan tahap yang dilakukan oleh konsumen ketika akan membeli suatu produk. Jadi keputusan pembelian merupakan suatu keputusan dikarenakan adanya ketertarikan terhadap suatu produk, ada rasa ingin membeli, mencoba, mengkonsumsi, atau memiliki suatu produk tersebut.

Produk adalah segala sesuatu yang di produksi serta ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dipakai, atau dikonsumsi pasar untuk memenuhi kebutuhan atau fisik, orang atau pribadi, organisasi atau perusahaan, tempat, jasa dan ide. Dalam memproduksi suatu produk harus menciptakan inovasi-inovasi secara kreatif untuk bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut, maka dari itu produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seorang konsumen.

Harga merupakan suatu satuan moneter atau suatu ukuran lainnya (produk atau barang dan jasa) yang dapat ditukarkan agar dapat memperoleh hak untuk mengkonsumsi, memiliki atau menggunakan suatu produk atau barang dan jasa. Dalam menentukan strategi terhadap harga perlu memperhatikan tujuan dari penentuan harga tersebut, yaitu: bertahan, mempertahankan keuntungan atau laba, memaksimalkan penjualan, prestige, pengembalian atas investasi.

Maka dari itu harga juga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seorang konsumen.<sup>5</sup>

Kualitas layanan menurut Gronroos yang dikutip oleh Suwarsito dan Sabeli Aliya merupakan suatu serangkaian aktivitas atau kegiatan yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya suatu interaksi antara produsen atau karyawan dengan konsumen atau pembeli atau juga hal lain yang disediakan oleh suatu perusahaan pemberi pelayanan yang bermaksud untuk pemecahan permasalahan pelanggan atau konsumen. Kualitas pelayanan suatu produsen terhadap konsumen perlu ditingkatkan (pelayanan yang baik) agar konsumen dapat tertarik. Maka dari itu kualitas layanan juga sangat berpengaruh terhadap konsumen untuk memutuskan pembelian.<sup>6</sup>

Perusahaan perlu menerapkan strategi terhadap produk, harga dan kualitas layanan, karena produk, harga dan kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seorang konsumen.

Rumah Produksi Baqofee merupakan rumah produksi atau perusahaan yang menggunakan strategi produk, harga dan kualitas

---

<sup>5</sup> Doni Marlius, "Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang", *Jurnal Pundi*, Vol 01 No 01, Maret 2017, hal 57-60

<sup>6</sup> Suwarsito dan Sabeli Aliya, "Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, Vol 3 No 1, Maret 2020, hal 28-29

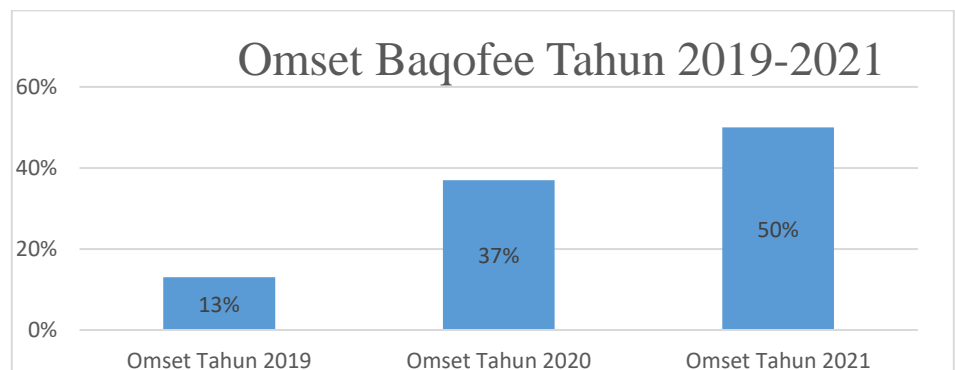
layanannya. Rumah Produksi Baqoffee ini merupakan salah satu rumah untuk memproduksi kopi yang ada di Kota Cilegon yang sedang berkembang. Baqoffee ini memproduksi atau mengolah kopi arabika dan robusta menjadi kemasan kopi berbagai ukuran juga berupa minuman siap saji yang dikemas dalam botol dan cup.

Rumah Produksi Baqoffee menerapkan strategi untuk meningkatkan jumlah konsumen yang berbelanja, strategi itu seperti menetapkan harga yang relatif murah atau terjangkau untuk kalangan menengah kebawah, dan tidak lupa meskipun harga yang relatif terjangkau, dari segi kualitas produk atau layanan tetap baik.

Rumah Produksi Baqoffee mengalami perkembangan cukup pesat, yaitu melihat dari penjualan dan omset rumah produksi baqoffee, hal ini dapat dilihat pada tabel dan grafik di bawah ini.

**Gambar 1.1**

**Omset Rumah Produksi Baqoffee Tahun 2019-2021**



Sumber : Rumah Produksi Baqoffee, 2022

Dari gambar 1.1 diketahui bahwa terjadi peningkatan di setiap tahun. Permasalahan terjadinya hal ini adalah karena situasi-situasi dimana pada tahun-tahun tertentu terjadi peningkatan pembelian. Maka dari itu pihak manajemen harus selalu bisa memberikan keyakinan kepada masyarakat atau pelanggan Rumah Produksi Baqofee agar bisa kembali melakukan pembelian di Rumah Produksi Baqofee tersebut. Untuk dapat bertahan dan terus meningkat, Rumah Produksi Baqofee harus mengembangkan strategi pemasarannya misalnya dengan meningkatkan kualitas produk dan layanannya agar bisa terus bersaing dan bertahan.

Sebagian besar konsumen akan melihat produk berdasarkan keistimewaan produk tersebut, produk yang memiliki karakteristik dan kesesuaian harga dengan kualitas produk akan menambah unsur-unsur yang membedakan produk tersebut dengan produk lainnya untuk mendorong konsumen untuk membeli. Jadi, tidak ada salahnya bila strategi penentuan produk, harga dan kualitas layanan yang dilakukan menjadi sangat penting bagi tiap produsen untuk mendapatkan keuntungan dan juga menjadi hal penting bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian untuk bergerak.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Rumah Produksi Baqofee di Cilegon)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari uraian tersebut, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang ada, adalah sebagai berikut:

1. Persaingan bisnis saat ini terlihat semakin ketat.
2. Perusahaan perlu untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dan kreatif dalam memproduksi suatu produk.

## **C. Batasan Masalah**

Agar pembahasan tidak meluas dari yang diharapkan, maka penulis melakukan pembatasan sebagai berikut:

1. Memfokuskan pada pembahasan pengaruh produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Mengambil data dari perusahaan dan dengan kuisioner yang diajukan kepada pelanggan.
3. Obyek yang diteliti adalah Rumah Produksi Baqofee.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dijadikan bahan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian kopi pada Rumah Produksi Baqofee di Cilegon?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi pada Rumah Produksi Baqofee di Cilegon?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kopi pada Rumah Produksi Baqofee di Cilegon?
4. Bagaimana pengaruh produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kopi pada Rumah Produksi Baqofee di Cilegon?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan pembelian kopi pada Rumah Produksi Baqofee di Cilegon
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi pada Rumah Produksi Baqofee di Cilegon



3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kopi pada Rumah Produksi Baqofee di Cilegon.
4. Untuk menganalisis pengaruh produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kopi pada Rumah Produksi Baqofee di Cilegon.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini, yaitu:

### **1. Bagi Penulis**

Menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas kepada penulis terkait masalah yang diteliti, dan juga dapat memberikan kesempatan kepada penulis untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari pada masa perkuliahan kedalam suatu permasalahan nyata yang dihadapi oleh perusahaan atau rumah produksi dan bisa digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang sudah ada dengan kenyataan yang sebenarnya.

### **2. Bagi Rumah Produksi Baqofee**

Penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan masukan dan menjadi referensi untuk Rumah Produksi Baqofee dalam melakukan kebijakan maupun evaluasi terkait strategi pemasaran yaitu produk, harga dan kualitas layanan agar lebih baik lagi dari

sebelumnya sehingga bisa meningkatkan jumlah konsumen yang membeli atau berbelanja di Rumah Produksi Baqofee tersebut.

### 3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa menambah kepustakaan dan tambahan referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa/mahasiswi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

### 4. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi terhadap masyarakat umum terutama terkait produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Produksi Baqofee di Cilegon. Sehingga sebelum membeli masyarakat harus lebih memperhatikan produk yang dijual, harga yang bersaing dipasaran dan kualitas layanan yang diberikan oleh penjual atau produsen yang bisa menarik minat membeli.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan penjelasan, pemahaman dan penelaahan pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penulisan ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan teori dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini berisi penjelasan dari beberapa teori dari berbagai sumber-sumber referensi buku atau jurnal yang relevan dengan masalah yang diteliti, penelitian terdahulu yang menjadi landasan penulis untuk melakukan penelitian ini, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis penelitian yang akan diuji.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan setting penelitian, desain penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrumen penelitian (uji validitas dan reabilitas), teknik analisis data, dan uji hipotesis.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini terdiri dari gambaran umum obyek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V : Penutup

Bab ini terdiri dari simpulan hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.