

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang perkembangan kopi di Indonesia semakin hari semakin diminati oleh banyak orang. Kopi di Indonesia mengalami kenaikan produksi yang cukup pesat. Kopi adalah salah satu hasil perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya. Hal ini dikarenakan kopi mempunyai arti kebutuhan tersendiri bagi orang-orang yang membutuhkan dan akan menjadi pilihan untuk menemani aktifitas sehari-hari. Kopi merupakan salah satu minuman yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia karena rasa dan aromanya. Minuman ini sangat di gemari oleh semua kalangan umur secara turun temurun, sebagian orang mengkonsumsi kopi sebagai salah satu minuman kegemaran dan ada sebagian orang yang tidak menyukai minuman kopi karena khawatir akan efek samping kopi terhadap kesehatan. Sejarah kopi sangatlah Panjang, kopi sendiri berasal dari kata *qahwa* yang di ambil dari frasa Arab yang artinya kekuatan. Pada masa itu kopi identik dengan energi yang baik bagi tubuh. Seiring berkembangnya waktu kata *qahwa* di gantikan dengan kata *kahve* yang diambil dari Bahasa Turki, yang artinya sama dengan *qahwa*. Kemudian kata *kahve* di gantikan dengan kata *coffee* yang sampai sekarang masih digunakan. Sejarah kopi sangatlah Panjang dan kopi sendiri banyak keunikan yang belum di ketahui oleh banyak orang, maka dengan skripsi ini peneliti ingin menyampaikan apa yang peneliti ketahui dan membagikan informasi yang peneliti dapat dari banyak referensi dan orang-orang yang peneliti temui.

Kopi yang di jual di seluruh dunia biasanya campuran dari kopi yang di sangrai menggunakan alat panggang. Kopi di kenal dua jenis yaitu kopi *arabica* dan *robusta*. Kadar kafein pada kopi *robusta* sedikit lebih tinggi di dibandingkan dengan kopi *arabica* dan untuk kopi *arabica* terkenal dengan harga yang selangit di dibandingkan dengan harga kopi *robusta* yang lebih murah. Kopi jenis *arabica* hanya bisa hidup di dataran tinggi dengan suhu yang cukup rendah yaitu 14-24 derajat *celcius*. Keunikan kopi *arabica* terletak pada wanginya seperti bunga-bunga,

buah-buahan serta aroma kacang-kacangan, yang rasanya juga lebih halus. Inilah mengapa alasan harga kopi *arabica* lebih mahal dari jenis kopi lainnya. Ada berbagai jenis kopi *arabica* yang terkenal di Indonesia diantaranya yaitu toraja, wamena, kopi gayo, dan kopi Flores Bajawa yang terkenal dengan cita rasa yang sangat kuat. Ciri khas dari kopi Bajawa sendiri adalah perpaduan aroma tembakau dan aroma nutty, bentuknya yang tebal dengan *acidity* yang seimbang menciptakan kenikmatan kopi itu sendiri menjadi sangat nikmat.

Keunikan dari cita rasa kopi *arabica* Bajawa terletak pada cara budidayanya yang di tanam dari pupuk organik yang mengandung abu gunung berapi. Organik yang di lakukan dengan penggunaan pupuk alami tanpa pestisida membuat aroma yang alami. Kopi Flores Bajawa memiliki karakter tidak sama dengan kopi nusantara lainnya, untuk mendapatkan kopi dari Bajawa pun tidak perlu harus jauh ke Flores, karena sudah banyak cafe atau kedai yang menjual kopi Bajawa. Pada umumnya orang yang sudah terbiasa minum dan sering mencicipi berbagai jenis kopi *arabica* lebih cenderung berhati-hati dalam memilih kopi yang nikmat. Setiap pencinta kopi juga memiliki selera yang berbeda-beda, ada orang yang lebih suka pahit dan ada juga yang lebih suka manis dengan tambahan gula. Tidak semua kedai atau cafe yang menjual kopi Flores Bajawa, di karenakan belum banyak supplier yang mempunyai sales yang sudah bekerja sama dengan kedai dan cafe maupun roaster yang ada di pulau Jawa. Mereka beranggapan kalau suppliernya tidak konsisten dalam mempertahankan kualitas kopinya. Untuk saat ini yang memproduksi kopi Bajawa ada 3 agen yang berada di Bajawa, pulau Flores, Nusa Tenggara Timur. Banyaknya keinginan dan kebutuhan seseorang dapat mendorong terciptanya suatu potensi pasar yang besar dibidang perkopian. Oleh karena itu banyak perusahaan yang mengambil peluang dan berusaha membuat inovasi-inovasi produk kopi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Seorang Individu memutuskan untuk membeli produk tertentu atau tidak tergantung selera yang mereka miliki baik secara internal ataupun eksternal. Oleh sebab itu konsumen tentunya akan memilih alasan dalam produk mana yang akan dibeli.

Keputusan pembelian merupakan tindakan seorang calon konsumen dalam memilih suatu produk dengan segala pertimbangan yang terkait dengan proses

pengambilan keputusan suatu produk kopi. Sering kali Ketika konsumen melakukan keputusan pembelian akan mempertimbangkan sektor citra merek dari produk yang akan dibeli. Menurut Sutisna (2002) pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan perbedaan suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian suatu produk. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh tingkat pengaruh usaha pemasaran yang dilakukan terhadap suatu produk sehingga pemasar harus mengetahui perilaku konsumen dalam hal menentukan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dimulai jauh sebelum terjadinya kegiatan pembelian dan mempunyai kelanjutan yang Panjang setelah pembelian dilakukan. Penelitian ini menggunakan variabel keputusan pembelian karena studi kasus tentang keputusan pembelian masih layak untuk di teliti, mengingat semakin banyak produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian.

Menurut Saladin (2007) menyatakan bahwa harga ialah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang di jual atau di serahkan. Sedangkan menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang dan jasa atau barang-barang yang tersedia lalu ditukarkan oleh pembeli untuk mendapatkan berbagai pilihan produk-produk dan jasa-jasa yang disediakan penjual. Penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang di tuju dengan mempertimbangkan faktor-faktor yaitu pesaing, biaya laba, dan perubahan keinginan pasar. Cukup banyak yang mencoba mempromosikan kopi bajawa akan tetapi sudah menjadi tangan kedua dengan harga yang dijual cukup tinggi. Untuk orang asli bajawa tidak banyak yang mau mempromosikan atau mengembangkan kopi bajawa, karena pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh yang di tambah dengan harga laba yang wajar.

Kualitas produk merupakan objek yang berwujud (tangible), maupun yang tidak terwujud (intangibile) yang dapat di beli orang (Harjanto, 2009). Pengertian kualitas

produk menurut Kotler dan Armstrong (2008) ialah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan dari nilai yang terkandung dari hasil suatu produksi yang berdasarkan pada penelitian konsumen. Disisi lain seorang pembisnis kopi green bajawa haruslah berani karena hukum bisnis mengatakan semakin banyak konsumen disitulah letak kemajuan bisnisnya. Kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya, sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Ketika mendapat customer yang banyak, biasa supplier ini mulai memikirkan bagaimana mendapatkan profit yang besar, akan tetapi tidak banyak yang memikirkan bagaimana tetap menjaga kepercayaan customer dengan konsisten untuk menjaga kualitas produk. Setiap pembisnis tidak akan pernah mau rugi akan tetapi sudah menjadi takdir untuk pembisnis yang dimana sulit untuk menghindar dari Namanya kerugian, hal ini dikarenakan oleh banyak factor. Salah satunya adalah dikarenakan lawan bisnis yang mempunyai hati yang tidak sesuai dengan etika bisnis pada umumnya. Dalam dunia perkopian sering ditemui masalah penipuan yang melanda supplier green bajawa dimana system COD (*Cash On Delivery*) yang dipakai tidak mempunyai ikatan kontrak yang jelas, dari sini dapat diketahui banyak kasus yang merugikan para supplier.

Merek adalah persepsi konsumen dari suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen (Kotler dan Keller 2016 :27). Simomora (2003:153) manfaat merek bagi pembeli diantaranya menceritakan sesuatu kepada pembeli tentang mutu dan membantu perhatian pembeli terhadap produk-produk baru yang mungkin dapat bermanfaat pada konsumen. Merek juga dapat membantu konsumen dalam mengidentifikasi suatu produk yang dinilai berguna dan bermanfaat bagi konsumen. Merek juga dapat menunjukkan kualitas dari suatu produk. Keputusan konsumen dalam memilih sebuah merek bukanlah terjadi begitu saja tapi banyak pertimbangan sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk. Misalnya kemasan, merek dan harga. Merek mempunyai fungsi

identitas yang membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing sebagai bahan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan identitas suatu produk dan sebagai alat bantu promosi karena pada posisi tertentu merek akan memiliki daya tarik yang sangat menarik bagi konsumen.

Produk kopi memiliki banyak minat salah satunya adalah kopi green bajawa. Seiring berkembangnya zaman, produk kopi memiliki jenis yang beragam ada yang berbentuk kemasan saset dan ada yang berbentuk kemasan botol. Kopi merupakan produk yang sangat digemari oleh konsumen pada masa sekarang, sehingga penjualan kopi mengalami persaingan yang sangat ketat. Salah satunya adalah brand kopi green bajawa. Kopi green bajawa sangat diminati dikalangan masyarakat, karena harganya yang relatif murah dengan kualitas yang tidak kalah dengan kopi nusantara lainnya. Brand ini adalah brand lokal. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI GREEN BAJAWA
(studi kasus mahasiswa stie malangkucacwara)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dalam penelitian ini merumuskan beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Apakah ada pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian kopi green bajawa?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi green bajawa?
3. Apakah ada pengaruh merek produk terhadap keputusan pembelian kopi green bajawa?
4. Apakah ada pengaruh harga, kualitas produk, merek secara Bersama-sama terhadap keputusan pembelian kopi green bajawa?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat yang tentunya dapat berguna bagi semua pihak yang terkait dalam kegiatan penelitian ini. Baik

sebagai praktisi, akademis, atau pemersatu pemasaran. Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menjelaskan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi green bajawa.
2. Untuk menguji dan menjelaskan adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi green bajawa.
3. Untuk menguji dan menjelaskan adanya pengaruh merek terhadap keputusan pembelian kopi green bajawa.
4. Untuk menguji dan menjelaskan adanya pengaruh harga, kualitas produk dan merek terhadap keputusan pembelian kopi green bajawa.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi penulis, sebagai sarana dalam memahami, menambah dan mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang dipelajari.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung teori yang telah ada tentang peran konsumen harga, kualitas, merek terhadap keputusan pembelian.
3. Bagi masyarakat, sebagai pertimbangan masyarakat untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini berguna untuk peneliti mengetahui dasar-dasar pemasaran yang baik dan benar.
2. Penelitian ini dapat berguna untuk mendapatkan informasi perilaku konsumen yang berbeda-beda.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperluas pengetahuan dan ilmu pemasaran, khususnya manajemen pemasaran.