

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kopi adalah sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan dan ekstraksi biji tanaman kopi. Kata kopi sendiri berasal dari bahasa Arab qahwah yang berarti kekuatan karena pada awalnya kopi digunakan sebagai makanan berenergi tinggi. Kata qahwah mengalami perubahan menjadi kahveh berasal dari bahasa Turki dan berubah lagi menjadi koffee dalam bahasa Belanda. Penggunaan kata koffee segera diserap ke dalam Bahasa Indonesia menjadi kata kopi yang dikenal saat ini.

Dari sekian banyak jenis biji kopi yang dijual dipasaran, hanya terdapat dua jenis varietas utama, yaitu kopi arabika (kualitas terbaik) dan robusta. Masing-masing jenis kopi ini memiliki keunikannya masing-masing dan pasarnya sendiri.

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Rahardjo, 2012).

Kopi kemudian terus berkembang hingga saat ini menjadi salah satu minuman paling populer di dunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Berbagai efek kesehatan dari kopi pada umumnya terkait dengan aktifitas kafein di dalam tubuh yaitu meningkatkan kerja psikomotor sehingga

tubuh tetap terjaga dan memberika efek fisiologis berupa peningkatan energi. Efeknya biasanya baru akan terlihat beberapa jam kemudian setelah mengkonsumsi kopi.

Di era modern penyajian kopi tidak hanya disajikan kopi sekedar kopi dan gula (Kopi Hitam), akan tetapi kopi telah dikombinasikan dengan berbagai bahan dan teknologi. Kopi dicampur dengan susu, krim, coklat, kacang ijo, jagung dan lain sebagainya. Selain itu kopi juga diolah dengan teknologi baru yang tentunya menimbulkan cita rasa beda.

Minum kopi saat ini sudah menjadi budaya bagi sebagian besar masyarakat, sehingga peluang usaha kopi bisa dibilang menjanjikan. Oleh karena itu para pengusaha kopi harus mampu bersaing dan menawarkan kelebihan ataupun keunikan yang di miliki oleh produk kopi yang dimilikinya. Adanya persaingan yang sangat ketat tersebut menguntungkan bagi konsumen/penikmat kopi. Konsumen dapat memilih kopi mana yang tepat untuk memenuhi kebutuhan, daya beli dan selernya.

Minuman kopi semakin di minati masyarakat, bisnisnya pun semakin menjamur dan pengusaha saling berlomba menyajikan kopi terbaik bagi para konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan bahwa keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Sciffman dan Kanuk (2009) mendefinisikan bahwa keputusan

pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan dalam melakukan pembelian.

Salah satu factor yang mempengaruhi keputusan pembelian kopi adalah gaya hidup. Gaya hidup di masyarakat mengakibatkan permintaan pasar terhadap produk terus meningkat, maka dari itu kopi menjadi prioritas untuk merancang dan mengaplikasikan produk yang sesuai selera, kebutuhan dan keinginan pasar.

Terdapat banyak factor yang menyebabkan konsumen memilih kopi sebagai pilihannya antara lain atribut-atribut yang terdapat pada kopi yaitu produk, harga dan gaya hidup.

Ditemukan fenomena yang terjadi di lapangan bahwa konsumen kopi ikhwan membeli dikarenakan keinginan dan kebutuhannya. Hasil survei menjelaskan bahwa konsumen yang membeli kopi dikarenakan kebutuhannya sehari-hari untuk meminum kopi, konsumen meminum kopi dalam sehari bisa sampai 2 atau 3 kali.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan harus melakukan strategi dalam hal pengukuran yaitu dengan cara membagi produk, seperti mengelompokkan kopi dalam beberapa kategori, misalnya kualitas, kuantitas, dan variasi menu atau variasi jenis yang ditawarkan. ekspektasi dan selera, serta banyaknya varian yang ditawarkan akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian berulang dan mempertahankan kepuasan terhadap produk tersebut.

Berdasarkan Fenomena dilapangan konsumen memilih produk kopi yang kemasannya rapi dan bagus sehingga membuat konsumen semakin tertarik untuk membeli, juga konsumen senang terhadap ukuran produk yang bermacam ragam sehingga konsumen bisa membawa kemana pun produk apabila memiliki size yang kecil dan bisa membuat stok dirumah untuk bulanan apabila produk memiliki size yang besar. Menurut Kotler dan Keller (2007), harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pembeli untuk memperoleh produk. Harga merupakan unsur terpenting kedua dalam bauran pemasaran setelah produk dan merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan unsur-unsur lainnya merupakan pengeluaran biaya saja. Keputusan-keputusan mengenai harga mencakup tingkat harga, potongan harga, keringanan periode pemasaran, dan rencana iklan yang dibuat oleh produsen.

Fenomena yang sering terjadi dilapangan konsumen lebih senang membeli produk dengan harga yang terjangkau tetapi tidak jarang konsumen yang membeli produk dengan melihat kualitas produk, semakin tinggi kualitas produk semakin tinggi tingkat daya beli konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009) mengemukakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang seperti yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat.

Mowen dan Minor (2002), Gaya hidup yaitu bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka.

Fenomena yang terjadi dilapangan konsumen membeli produk kopi dikarenakan minat konsumen terhadap produk kopi ikhwan dikarena kan cita rasa kopi ikhwan yang menjadi ciri khas sudah melekat dengan konsumen.

Tabel 1.1
Tabel Ukuran Produk Dan Harga Produk

NO	JENIS KEMASAN	UKURAN	HARGA
1	Plastik	500 gram	Rp. 30.000
2	Plastik	250 gram	Rp. 15.000
3	Plastik	100 gram	Rp. 6.000
4	Plastik	50 gram	Rp. 3.000
5	Kotak	250 gram	Rp. 20.000
6	Kotak	100 gram	Rp. 8.000
7	Standing pouch	300 gram	Rp. 25.000

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini akan lebih memfokuskan pada bagaimana pengaruh Produk, Harga dan Gaya Hidup mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Ikhwan Kota Sungai Penuh, untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Ikhwan Kota Sungai Penuh”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dikemukakan diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Terdapat Pengaruh antara Produk Terhadap Keputusan pembelian Secara Parsial Pada Kopi Ikhwan Kota Sungai Penuh & berapa besar pengaruhnya?

2. Apakah Terdapat Pengaruh antara Harga Terhadap Keputusan pembelian Secara Parsial Pada Kopi Ikhwan Kota Sungai Penuh & berapa besar pengaruhnya?
3. Apakah Terdapat Pengaruh antara Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial Pada Kopi Ikhwan Kota Sungai Penuh & berapa besar pengaruhnya?
4. Apakah Terdapat Pengaruh antara Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap keputusan Pembelian Secara Simultan Pada Kopi Ikhwan Kota Sungai Penuh & berapa besar pengaruhnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh antara Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial Pada Kopi Ikhwan Kota sungai Penuh
2. Untuk Mengetahui Pengaruh antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial Pada Kopi ikhwan Kota Sungai Penuh.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh antara Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial Pada Kopi Ikhwan Kota Sungai penuh.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh antara Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan pada Kopi Ikhwan Kota Sungai Penuh.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini akan dapat memberikan berbagai macam manfaat apa lagi bagi yang bersangkutan. Adapun manfaat yang diharapkan dapat diberikan melalui penelitian ini :

1. Bagi Penjual

Hasil peneliti ini dapat menjadi masukan yang bisa dijadikan acuan untuk menciptakan dorongan kepada konsumen dalam melakukan pembelian. Serta memberikan masukan strategi pemasarannya untuk ke depan nanti.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan membawa manfaat bagi peneliti agar mengetahui pengaruh produk, harga dan gaya hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi ikhwan di kota sungai penuh

3. Bagi Pembaca

Bagi pembaca, penelitian ini nantinya bertujuan untuk memberikan informasi tentang Kopi apakah produk, harga dan gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

4. Bagi STIE Sakti Alam Kerinci

Hasil dari penelitian ini semoga dapat menjadi perbendaharaan ataupun menjadi tambahan koleksi bagi perpustakaan STIE Sakti Alam Kerinci khususnya kajian tentang pengambilan Keputusan Pembelian Produk, sehingga dapat menjadi suatu acuan bagi mahasiswa dalam penyusunan penelitian ilmiah berikutnya atau yang akan datang.