

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kopi merupakan salah satu minuman favorit dunia yang memiliki nilai ekonomis yang sangat tinggi. Indonesia menjadi salah satu penghasil kopi penting dan berada di urutan keempat di dunia untuk penghasil kopi robusta dan arabika dengan total produksi sebesar 0,6 juta ton di tahun 2019 (ICO, 2019). Salah satu daerah penghasil kopi arabika di Indonesia adalah Provinsi Aceh dengan produksi kopi sebesar 54,31 ribu ton dan menyumbang 31,88% dari produksi kopi nasional Indonesia pada tahun 2017 (Widaningsih, 2021).

Salah satu kopi Aceh yang terkenal adalah kopi arabika Gayo yang ditanam di dataran tinggi Gayo yang meliputi beberapa daerah seperti Kabupaten Aceh Tengah, Kabupaten Bener Meriah dan Kabupaten Gayo Lues dengan rata-rata ketinggian sekitar 900-1700 meter di atas permukaan laut. Meskipun demikian, komoditas kopi sering sekali mengalami fluktuasi harga sebagai akibat ketidakseimbangan antara permintaan dan persediaan komoditas kopi pasar dunia mencapai 70% berasal dari spesies kopi arabika dan 26% berasal dari spesies kopi robusta (Raharjo, 2020).

Kopi arabika Gayo Aceh telah mendapatkan sertifikat indikasi geografis atau *geographic indication of origins*. Kopi dengan indikasi geografis (GIs), merupakan kopi yang dikenal sebagai spesialti kopi yaitu kopi yang memiliki nilai skor di atas 80 menurut hasil uji *cupping test* yang dilakukan oleh penilai dengan

sertifikat *Q grader*. Sebagai kopi dengan cita rasa tinggi, kopi spesialti arabika Gayo memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan kopi biasa. Alasan ekonomi yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak membuat kopi arabika Gayo menjadi salah satu produk pertanian yang rawan dipalsukan atau dioplos.

Kopi Gayo yang terkenal dengan rasa dan aroma khasnya semakin diminati oleh berbagai kalangan konsumen. Hal ini memunculkan berbagai usaha untuk menjual produk bubuk kopi Gayo, baik melalui toko fisik maupun toko online, termasuk salah satunya adalah Toko Rakan Coffee. Meskipun produk bubuk kopi Gayo memiliki reputasi yang baik, tidak semua konsumen memilih untuk membeli produk ini dari Toko Rakan Coffee, meskipun kualitas produk yang ditawarkan sudah terjamin. Perkembangan industri kopi di Indonesia, khususnya di Kabupaten Aceh Tengah, telah meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Banyak toko kopi yang bermunculan, salah satunya adalah Toko Rakan Coffee. Namun, persaingan yang ketat dalam industri kopi ini membuat Toko Rakan Coffee harus berusaha keras untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan.

Tabel 1.1
Data Penjualan tahun 2021-2023

| Tahun Penjualan | Jumlah Penjualan |
|------------------------|-------------------------|
| 2021 | Rp. 202.000.000,00 |
| 2022 | Rp. 350.000.000,00 |
| 2023 | Rp. 450.000.000,00 |
| Jumlah | Rp.1.002.000.000,00 |

Sumber: Data penjualan pada Rakan Coffee selama tiga tahun terakhir.

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menjelaskan bahwa Penjualan produk di Rakan Coffee menunjukkan tren peningkatan signifikan setiap tahunnya selama periode 2021 hingga 2023. Pada tahun 2021, total penjualan tercatat sebesar Rp202.000.000,00. Namun, pada tahun 2022, penjualan meningkat tajam menjadi Rp350.000.000,00, dan kembali mengalami lonjakan pada tahun 2023 dengan nilai penjualan mencapai Rp450.000.000,00. Peningkatan ini mencerminkan adanya pertumbuhan kesadaran konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Rakan Coffee, khususnya bubuk kopi Gayo.

Pada awalnya, Rakan Coffee belum dikenal luas oleh masyarakat sebagai tempat penjualan bubuk kopi Gayo. Namun, seiring berjalannya waktu dan semakin meningkatnya promosi serta penyebaran informasi dari mulut ke mulut, masyarakat mulai mengenal dan mempercayai Rakan Coffee sebagai salah satu penyedia kopi Gayo yang berkualitas. Kepercayaan konsumen yang tumbuh ini berdampak langsung terhadap peningkatan volume penjualan setiap tahunnya.

Fenomena ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan kualitas produk yang konsisten dapat meningkatkan kesadaran merek serta loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Adapun faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya yaitu kualitas produk. Menurut Gunawan (2022), menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut di antaranya keawetan produk, kemudahan pemakaian serta variasi yang beragam. Dengan demikian,

Permasalahan yang muncul di adalah terbatasnya variasi produk dan pelayanan yang belum merata. Konsumen memiliki sedikit pilihan produk, sehingga tidak semua selera dapat terpenuhi. Selain itu, kualitas pelayanan yang tidak konsisten membuat pengalaman berbelanja berbeda-beda, yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Munawarah *et al.* (2024), Azman *et al.* (2024), menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tetapi dari hasil penelitian yang di lakukan oleh Ningsih (2023), menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Faktor kedua yang memengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Menurut Philip Kotler (2019), Harga merupakan nilai yang di bayarkan konsumen dan harga yang tepat dapat memengaruhi persepsi nilai produk di mata konsumen. Pada harga menunjukkan adanya permasalahan dilema persepsi nilai, di mana konsumen mungkin menghargai kualitas produk namun tetap merasakan kendala secara finansial untuk melakukan pembelian rutin. Permasalahan pada variabel ini beberapa konsumen masih menganggap harga bubuk kopi yang dijual terlalu tinggi dan belum terjangkau bagi kalangan konsumen.

Menurut penelitian yang telah di lakukan Azman *et al.* (2024), menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Dewanti *et al.* (2023), Widodo *et al.* (2021), Aeni (2020), dan Alma (2020) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun hasil berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina *et*

al. (2023), menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Adapun harga bubuk kopi pada toko Rakan Coffee adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Daftar Harga Bubuk Kopi

| No | Jenis Bubuk Kopi | Harga |
|----|--------------------------|---------------|
| 1 | Arabika Reguler | Rp.120.000,00 |
| 2 | Robusta Gayo Premium | Rp.100.000,00 |
| 3 | Robusta Gayo Reguler | Rp. 80.000,00 |
| 4 | Kopi mik Arabika-Robusta | Rp.100.000,00 |

Sumber : Toko Rakan Coffee, 2025

Faktor yang ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Lokasi yang strategis merupakan keputusan konsumen untuk membeli karena konsumen akan mempertimbangkan akses lokasi yang mudah di jangkau dengan menggunakan sarana dan transportasi. Menurut Wibowo *et al.* (2021), Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang akan memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Permasalahannya adalah toko yang belum dikenal luas oleh masyarakat, sehingga kunjungan dan pembelian masih rendah. Minimnya promosi dan strategi pemasaran membuat kesadaran merek belum terbentuk dengan baik di lingkungan sekitar.

Lokasi Penelitian sebelumnya oleh Wibowo *et al.* (2021), menunjukan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Aeni (2020), dan Alam (2020), menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Silviana (2017) dan Suparno (2017) menyatakan

bahwa lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor-faktor di atas merupakan penentu keberhasilan usaha karena keberhasilan suatu usaha tergantung bagaimana respon konsumen terhadap suatu produk yang di jual. Semakin bagus kualitas produk yang di jual sesuai dengan harga, maka semakin puas pula konsumen tersebut terhadap suatu produk dan lokasi yang mudah di jangkau oleh para konsumen membuat konsumen untuk lebih memilih lokasi yang mudah di akses .

Berdasarkan pengamatan penulis dari 30 orang konsumen yang membeli di Rakan Coffee alasan mereka membeli bubuk kopi di Rakan Coffee adalah karena, tempat tersebut dekat dengan tempat tinggal mereka dan memiliki kualitas produk dan rasa yang terjamin di bandingkan tempat lain. Rakan Coffee mengolah bubuk kopi dengan cara di roasting yang memiliki rasa yang masih kuat. Sedangkan menurut beberapa orang yang tidak membeli di Rakan Coffee dikarenakan mereka sudah menjadi berlangganan tetap di toko lain.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian bubuk kopi Gayo pada toko Rakan Coffee di kabupaten Aceh Tengah

Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bubuk Kopi Gayo Pada Toko Rakan Coffee Di Kabupaten Aceh Tengah”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bubuk kopi Gayo pada toko Rakan Coffee?.
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bubuk kopi Gayo pada toko Rakan Coffee?.
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bubuk kopi Gayo pada toko Rakan Coffee?.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas peneliti mengidentifikasi tujuan penelitian yaitu:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian bubuk kopi Gayo pada toko Rakan Coffee.
2. Menilai hubungan antara harga dan keputusan pembelian bubuk kopi Gayo pada toko Rakan Coffee.
3. Mengidentifikasi sejauh mana lokasi memengaruhi keputusan pembelian bubuk kopi Gayo pada toko Rakan Coffee.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian di harapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian di harapkan dapat menjadi acuan dan sumber yang dapat menjadi bacaan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang dunia bisnis dan

mengembangkan pemahaman tentang kopi Gayo serta dapat mengembangkan teori-teori yang sudah ada atau sudah di dapatkan untuk di kembangkan dan di lanjutkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya di harapkan semoga dengan adanya penelitian ini bisa menjadi panduan bagi peneliti selanjutnya, dalam mengembangkan penelitian-penelitian yang akan datang tentang pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian bubuk kopi Gayo pada toko Rakan Coffee di kabupaten Aceh Tengah.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan penelitian ini di harapkan menjadi bahan untuk menambah informasi, tentang bubuk kopi Gayo yang ada di kabupaten Aceh Tengah serta sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya.
2. Bagi konsumen penelitian ini di harapkan bisa menjadi media bagi para konsumen sekitar untuk mencitai dan mengelola sendiri hasil lokal untuk di kembangkan sendiri dan lebih mengetahui tentang pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian bubuk kopi Gayo di Kabupaten Aceh Tengah.