

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk dapat memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam guna mempertahankan eksistensinya di pasar. Salah satu strategi penting dalam meningkatkan penjualan adalah dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama dalam industri produk konsumen cepat saji seperti kopi instan.

Kopi merupakan salah satu minuman yang memiliki tingkat konsumsi tinggi di Indonesia. Perubahan gaya hidup yang menuntut kepraktisan turut mendorong meningkatnya konsumsi kopi instan dalam bentuk sachet kopi Kapal Api, sebagai salah satu merek kopi instan yang telah lama dikenal di Indonesia, harus mampu bersaing dengan berbagai merek lainnya dengan cara menjaga kualitas produk, menetapkan harga yang kompetitif, dan melakukan promosi secara efektif.

PT. Santos Jaya Abadi merupakan perusahaan multinasional yang memproduksi minuman dan sebagai usaha keluarga pemilik merek kopi terbesar di Indonesia. Salah satu produk dari PT. Santos Jaya Abadi, yaitu Kopi Kapal Api, yang di segmentasikan kepada kalangan remaja sampai dewasa. Kopi Kapal Api memiliki banyak varian rasa, produk Kopi Kapal Api juga berusaha menjaga kualitas produk dengan cara memilih bahan baku berkualitas serta pengemasan

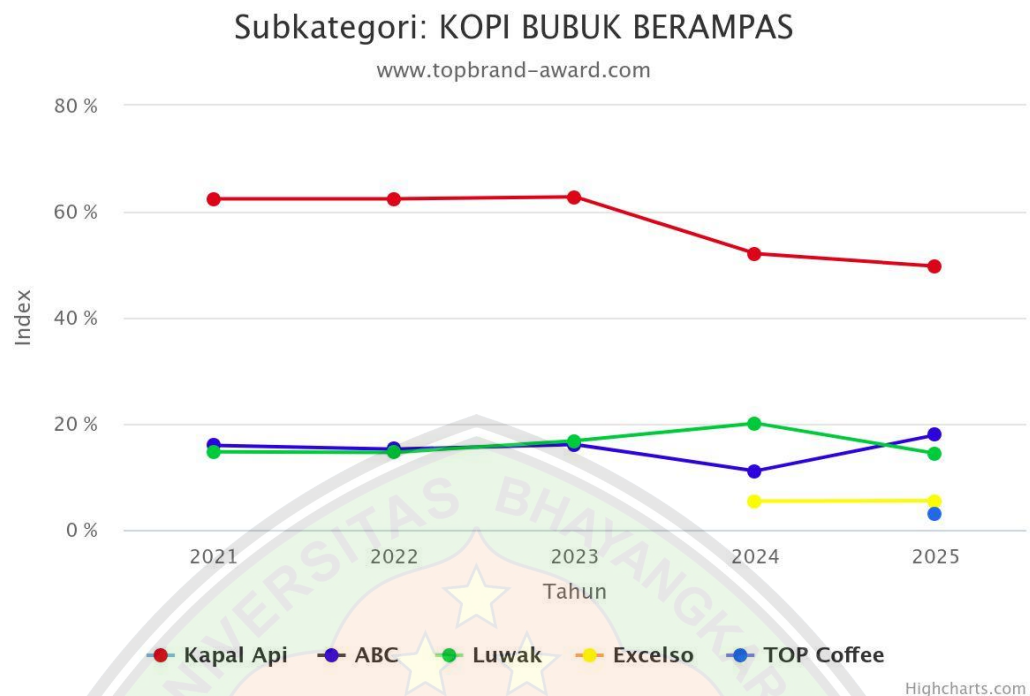
yang baik. Slogan yang dimiliki Kopi Kapal Api yang terkenal dan sering yang digunakan adalah “Jelas Lebih Enak”. Slogan ini menjadi bagian dari identitas merek produk Kopi Kapal Api di Indonesia. Selain slogan “Jelas Lebih Enak” Kopi Kapal Api pun juga mempunyai slogan lain yaitu “Secangkir Semangat” dalam kampanye promosi mereka, slogan tersebut digunakan untuk memperkuat pesan merek dan promosi bagi produk Kopi Kapal Api.

Di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin kritis dan selektif dalam memilih produk, pemahaman terhadap faktor-faktor yang mendorong keputusan pembelian menjadi aspek strategis. Hal ini relevan untuk diterapkan pada produk seperti Kopi Kapal Api yang memiliki target pasar luas dan bersaing dengan berbagai merek lain dalam kategori produk yang sama. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan masukan empiris kepada perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berbasis kebutuhan konsumen.

Dalam hal ini, kualitas kopi Kapal Api ditentukan oleh rasa kopi yang konsisten, kepraktisan dalam penyajian, serta ketahanan produk terhadap perubahan rasa atau aroma selama penyimpanan. Penelitian yang dilakukan oleh (Nadya Rizki Mirella et al., 2022) menunjukkan bahwa kualitas produk berperan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian, karena konsumen akan merasa puas dan cenderung melakukan pembelian ulang ketika produk yang mereka konsumsi memenuhi standar kualitas yang diinginkan.

Menurut (Nadira et al., 2024) Harga adalah bagian dari bauran pemasaran yang memberikan keuntungan untuk pemilik usaha dan dapat disesuaikan dengan fleksibel, yang berarti bisa berubah dengan cepat. Oleh karena itu, ketika perusahaan menentukan harga, penting untuk memperhatikan kesesuaian harga dengan fungsi dan kualitas produk atau jasa, kemampuan minat beli konsumen, serta tingkat kompetisi harga dengan pesaing. Harga merupakan salah satu faktor yang sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam kategori produk konsumsi harian seperti kopi instan. Kopi sachet, yang praktis dan mudah disajikan, menjadi pilihan banyak konsumen.

Promosi mengacu kepada seluruh rangkaian kegiatan, yang mengkomunikasikan produk, merek, atau layanan kepada konsumen. Promosi mencakup semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya ke pasar sasaran (Fatih et al., 2023).



Sumber : Top Brand Award 2025 (www.topbrand-award.com)

Gambar 1. 1 Diagram Top Brand Award Kopi Bubuk Berampas

Berlandaskan laporan Top Brand Index Pada tahun 2021 hasil penjualan Kopi Kapal Api senilai 62.4% dan pada tahun 2022 pun sama senilai 62.4%. Pada tahun 2023 ada sedikit kenaikan senilai 62.8%. Dan pada tahun 2024 mengalami penurunan yang signifikan yaitu senilai 10,7% yaitu dari nilai penjualan pada tahun 2024 menjadi 52.1%. dan yang terakhir pada tahun 2025 mengalami penurunan senilai 49.7%, jika dilihat dari 2024 ke 2025 ada penurunan senilai 2.4%. Penurunan penjualan yang terus menurun pada Kopi Kapal Api. Meskipun mengalami penurunan senilai 13,1% selama dua tahun terakhir, Kopi Kapal Api tetap unggul di antara kopi bubuk berampas pada Top Brand Index dalam beberapa tahun terakhir.

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Kopi Sachet

Harga per 10 pcs (satu renceng)	
Nama Merek	Harga
Kapal Api	Rp19.000
ABC	Rp10.000
Luwak	Rp15.500
Excelso	Rp17.000
TOP Coffee	Rp16.000

Sumber : Harga pada beberapa toko sembako di Medan Satria, Kota Bekasi

Perbandingan harga antara kelima merek ini menjadi menarik untuk diteliti karena berkaitan erat dengan persepsi konsumen, elastisitas harga, dan strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan. Dengan melihat bagaimana perbedaan harga. Oleh karena itu, tabel ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan harga antara Kopi Kapal Api, ABC, Luwak, Excelso, dan TOP Coffee dalam kaitannya dengan keputusan pembelian konsumen.

Persaingan di industri kopi sangat ketat, dengan banyaknya merek kopi baru yang bermunculan. Tanpa promosi yang memadai, Kopi Kapal Api bisa kehilangan pangsa pasar kepada pesaing yang lebih agresif dalam melakukan promosi.



Sumber : Instagram Kopi Kapal Api

Gambar 1. 2 Contoh Promo Kopi Kapal Api Periode 2025

Namun dari promosi yang Kopi Kapal Api lakukan timbul penipuan yang mengatas namakan Kopi Kapal Api yang dapat mengurangi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Sehingga konsumen sedikit ragu untuk memperhatikan promosi Kopi Kapal Api .



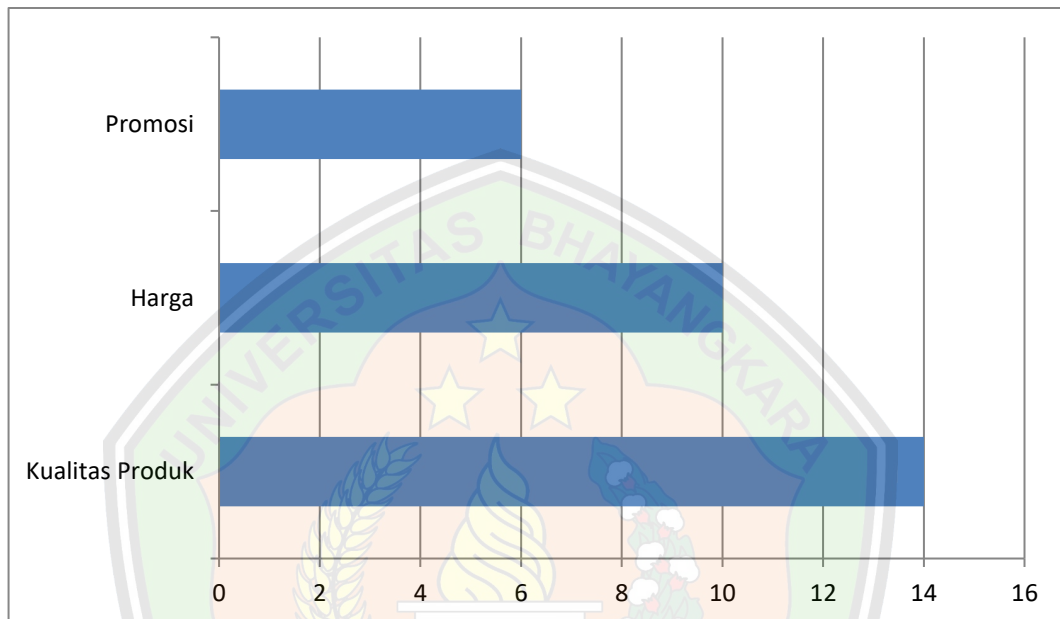
Sumber : Instagram Kopi Kapal Api

Gambar 1. 3 Contoh Penipuan Kopi Kapal Api Periode 2025

Selanjutnya, peneliti melakukan pra-survei untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi variabel Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Kecamatan Medan Satria,

Kota Bekasi. Kuisioner ini akan diisi oleh 30 responden yang merupakan konsumen Kopi Kapal Api di Kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi.

Tabel 1. 2 Pra-Survey Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi



Sumber : Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil dari prasurvey yang dilakukan, teridentifikasi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api. Ada 14 responden yang memilih Kopi Kapal Api dikarenakan kualitas produk yang stabil. Walaupun harganya yang lebih mahal dari kompetitornya, kopi kapal api bisa lebih unggul penjualannya daripada brand yang lainnya. Kualitas Produk, Harga, dan Promosi pada Kopi Kapal Api memainkan peran penting dalam memenuhi keputusan pembelian.

Menurut (Ari Yunita, 2024) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Sedangkan menurut (Prasasti, Intan. Ameli; Sitohang,

Hesekiel; Fauziah, 2024) menyatakan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan.

Hasil penelitian (Nadira et al., 2024) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun Menurut (Afrida, 2022) penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut (Fatih et al., 2023) variabel harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan hasil penelitian (Muhammad Thoriq Assidik, 2024) menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kopi instan, belum banyak studi yang secara khusus meneliti di Kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi.

Dapat disimpulkan dari penjabaran pada latar belakang tersebut, peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi".

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penulisan ini ialah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api di kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api di kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api di kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api di kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi?

1.3 Tujuan Masalah

Tujuan dari penulisan ini ialah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api di kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api di kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api di kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api di kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih terhadap Kualitas produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api sachet di Kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi. Penelitian ini membantu Kopi Kapal Api sachet dalam mengembangkan produk Kopi Kapal Api sachet supaya lebih efektif, dengan memahami bagaimana keputusan pembelian dapat memengaruhi oleh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi. Serta Kopi Kapal Api sachet dan perusahaan sejenisnya dapat meningkatkan kualitas keputusan pembelian.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Peneliti : Meningkatkan pemahaman dan keahlian pada bidang manajemen pemasaran.
- 2) Bagi Peneliti Lain: Dapat menjadi referensi untuk peneliti serupa di masa mendatang.
- 3) Bagi Perusahaan : Manfaat yang bisa di ambil oleh brand Kopi Kapal Api sachet sebagai objek pertimbangan untuk fokus terhadap Kualitas Produk, Harga, dan Promosi agar tercipta Keputusan Pembelian oleh konsumen.

1.5 Batasan Masalah

Untuk membatasi luasnya pembahasan yang akan peneliti bahas, maka diperlukan pembatasan masalah didalam penelitian ini. Batasan ini nantinya akan memudahkan pengumpulan data dan menganalisis lokasi yang sudah ditentukan oleh peneliti. Maka dari itu peneliti akan mengambil sampel dan populasi di Kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi sebagai lokasi penelitian.

1.6 Sistematika Tugas Akhir

Dalam menyusun skripsi ini, peneliti membutuhkan pendekatan penulisan yang sistematis dan berurutan untuk memudahkan pemahaman selama penyusunan. Berikut adalah gambaran struktur penulisan sistematisnya :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas sejarah masalah, konseptualisasi, tujuan, keuntungan penyelidikan, dan pendekatan sistematisnya.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini dilakukan tinjauan pustaka untuk mendukung topik penelitian secara keseluruhan, termasuk model penelitian konseptual, kerangka pikir, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODELOGI PENULISAN

Dalam bab ini peneliti menjabarkan tentang metode atau variabel apa saja yang dipakai untuk menemukan hasil untuk penelitian ini. Dan metode yang digunakan adalah kuantitatif.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini dilakukan pembahasan mengenai hasil dari analisis data dan pembahasan hasil penelitian, serta implementasi hasil penelitian untuk memperoleh pemahaman mengenai hasil pengujian hipostetis.

BAB V PENUTUP

Bab ini peneliti menyajikan kesimpulan dari hasil keseluruhan penelitian yang dilakukan, serta memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait.

