

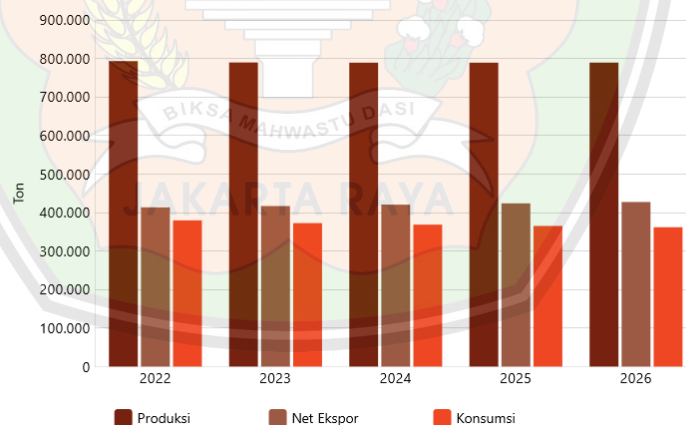
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini, konsumsi kopi sudah menjadi sebuah kebutuhan dan dicari oleh berbagai sektor masyarakat, pelajar atau kelompok tertentu yang menjadikan minum kopi sebagai bagian dari gaya hidup mereka (Igiasi, 2017: 18).

Bagi sebagian orang, menikmati kopi merupakan suatu kesenangan tersendiri, apalagi dengan ngobrol, bersantai, dan bermain bersama teman di warung kopi. Minum kopi saat ini sudah menjadi kegemaran bagi semua kalangan dan biasanya untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, sahabat dan rekan kerja (ibid., 2017: 34).



**Gambar 1.1** Proyek volume produksi dan konsumsi kopi indonesia (2022 – 2026 )

Sumber : databoks.katadata.co.id, 2022

**Tabel 1.1 Proyek volume produksi dan konsumsi kopi indonesia (2022 – 2026 )**

No.	Nama Data	Produksi	Net Ekspor	Konsumsi
1	2022	793.193	413.538	379.655
2	2023	789.609	417.009	372.600
3	2024	789.233	420.481	368.752
4	2025	789.220	423.952	365.268
5	2026	789.260	427.423	361.837

Sumber : databoks.katadata.co.id, 2022

Menurut Data Kementerian Pertanian (Kementan) yang diolah Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) menunjukkan, Indonesia memiliki *roadmap* atau peta jalan produksi, ekspor, konsumsi kopi Indonesia hingga 2026 mendatang. Rinciannya, produksi kopi mencapai 793,19 ribu ton pada 2022. Sementara ekspor bersihnya sebesar 413,53 ribu ton. Konsumsinya diproyeksikan sebesar 379,655 ribu ton. Berikutnya, produksi diproyeksikan turun 0,45% menjadi 789,6 ribu ton pada 2023. Ekspor bersihnya menjadi naik 0,84% menjadi 417 ribu ton, sedangkan konsumsinya turun 1,86% menjadi 372,6 ribu ton pada tahun yang sama. Jika dilihat pada grafik, produksi diproyeksikan cenderung stagnan menjadi kisaran 789 ribu ton sepanjang 2024-2026. Namun ekspor bersihnya diprediksi terus meningkat, dari 420 ribu hingga 427 ribu ton pada 2024 hingga 2026. Sementara konsumsinya justru diprediksi terus turun, dari kisaran 368 ribu ton pada 2024 menjadi 361 ribu ton pada 2026. Data tersebut merupakan *roadmap* pengembangan industri kopi. Tujuannya untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumsi domestik dan ekspor, sehingga nanti bisa ditentukan

kebutuhan produksi berdasarkan lahan yang ada dengan opsi untuk ekstensifikasi, intensifikasi, atau bahkan keduanya. Kendati proyeksinya ada yang naik dan turun, Kadin mengungkapkan, Indonesia tetap memiliki peluang yang besar dalam pengembangan industri pengolahan kopi, karena memiliki kekayaan sumber daya alam sebagai potensi bahan baku dan didukung pasar yang besar. Maka dari banyaknya jumlah konsumsi kopi yang terdapat di Indonesia, membuat wirausahawan tertarik untuk membuat usaha warung kopi sehingga saat ini usaha warung kopi telah banyak bermunculan.

Pada saat ini usaha kopi juga bisa disebut dengan warung kopi, *coffe shop* atau kedai kopi yang bermunculan di mana-mana, dari desa terpencil hingga pusat kota. Kehadiran warung kopi sepertinya semakin berkembang pesat, dan warung kopi bisa kita temukan dimana-mana dengan konsep yang berbeda-beda, mulai dari konsep gaya rumahan, gaya klasik, hingga gaya modern.

Dengan banyaknya konsep warung kopi yang berbeda beda sehingga masyarakat lebih tertarik untuk menghabiskan waktunya di luar rumah dengan alasan untuk tempat kumpul bersama teman sekolah dan teman kampus, acara reuni, atau sekedar makan dan minum santai bersama keluarga. Warung kopi adalah suatu tempat usaha yang terutama menjual makanan dan minuman yang ditawarkan beragam, mulai dari aneka dessert, snack, makanan utama, dan tentunya berbagai jenis olahan minuman yang sebagian besar berbahan dasar kopi.

Bisnis warung kopi juga sudah terlalu banyak pada saat ini karena warung kopi menjadi tempat usaha bisnis atau usaha yang terkenal. Usaha warung kopi di Kota Bekasi mengalami perkembangan yang sungguh signifikan, hal tersebut

dapat terlihat dari banyak yang membuka warung kopi dengan berbagai konsep dan ide-ide unik yang digunakan untuk menarik konsumen. Dari banyaknya peminat yang tertarik untuk membeli di warung kopi, maka banyak juga pengusaha yang berminat untuk membuka lapak bisnis warung kopi di Kota Bekasi.

Salah satu warung kopi yang sedang ramai dikunjungi di Kota Bekasi yaitu, Warkop Medan Di Jakarta. Awalnya warkop ini hanya ada di Ciputat saja, kini Warkop Medan Di Jakarta atau bisa dikenal Warkop MDJ membuka cabang baru yang ada di Kota Bekasi. Warkop ini menyajikan makanan dan minuman khas Sumatera Utara. Saat ini warung kopi mulai banyak diminati sehingga perusahaan perlu lebih memperhatikan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor fasilitas telah mencakup ruangan nyaman dengan desain interior yang menarik juga dapat menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi konsumen untuk menghabiskan waktu lebih lama, sehingga kebersihan yang terjaga akan memberikan kesan positif yang menunjukkan komitmen warung kopi terhadap kesehatan dan kesejahteraan konsumen (Sugiarto, 2016). Selain fasilitas adapun faktor lainnya seperti harga, harga merupakan jumlah uang yang dikeluarkan atas suatu produk dalam keputusan pembelian. Harga juga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen, dikarenakan konsumen berharap uang yang mereka berikan sebanding dengan apa yang telah diterima (Al-Ajizah *et al.*, 2022).

Pada bisnis makanan, variasi produk juga dijadikan satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Variasi produk menunjukkan berpengaruh signifikan dalam memberikan lebih banyak variasi suatu produk untuk dibeli konsumen. Jika suatu perusahaan ingin memperluas pangsa pasarnya, maka harus mempunyai variasi produk yang baik untuk menarik konsumen (Kridaningsih, 2020). Dikarenakan variasi produk menjadi faktor mempengaruhi keputusan pembelian pada Warkop Medan Di Jakarta ini mereka menyajikan makanan yang tidak semua warkop lainnya ada, seperti roti cane durian, teh tarik hijau, sate kerang medan. Hal ini yang membedakan Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Kota Bekasi dengan Warkop lainnya yang ada di Kota Bekasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh penulis kepada 10 orang konsumen yang pernah melakukan pembelian di warkop tersebut mendapatkan hasil bahwa 7 dari 10 orang mengatakan fasilitas toko masih terbilang kurang maksimal dikarenakan banyak konsumen yang protes akan ruangan yang panas atau kekurangan AC/Kipas dan kurangnya bangku untuk menunggu antrian/menunggu pesanan *take away*. 8 dari 10 orang mengatakan harga yang di tawarkan pada warkop tersebut masih terbilang mahal dikarenakan banyak warkop yang lebih murah di banding warkop tersebut. 9 dari 10 orang mengatakan variasi produk di warkop tersebut terbilang bervariasi dan banyaknya menu rekomendasi yang membuat orang tertarik untuk membelinya.

Selain fasilitas toko, harga dan variasi produk adapun fenomena lainnya yang dapat dilihat dari lingkungan sekitar yaitu persaingan bisnis banyaknya warkop yang ada. Di Galaxy Kota Bekasi terdapat 4 warkop yang sama dalam

menawarkan menu. Berikut adalah beberapa daftar pesaing warkop yang ada di Kota Bekasi.

**Tabel 1.2 Warung Kopi Viral Di Kota Bekasi**

Nama Kedai	Alamat
Kopi Ti'ong	Jl. Boulevard Raya Blok RGCB No.1. Grand Galaxy City.
Kedai Susu Segar Murni Indomie Bangladesh	Jl. Boulevar Blok RGA No.97. Grand Galaxy City.
Warkop Eropah	Jl. Grand Galaxy City, Ruko GGC Blok RRGB NO 8/10
Warung Bang Hen	Ruko Taman Galaxy Indha, BI A/3, Jaka Setia.

Sumber : Horego.com (Data Diolah)

Terdapat perbedaan dari beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai fasilitas toko, harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu dilakukan *research gap* pada penelitian terdahulu.

Penelitian yang di lakukan oleh (Lestari *et al.*, 2023) bahwa fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Berkah Bersama Sejahtera Surabaya. Walaupun demikian, hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian (Fathan *et al.*, 2023) bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang di lakukan oleh (Wahyuningsih, 2019) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Walaupun demikian, hasil penelitian berbeda ditunjukkan oleh penelitian (Listighfaroh, 2020) yang menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.



Penelitian yang dilakukan oleh (Kojongian *et al.*, 2022) menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara variasi produk terhadap keputusan pembelian. Walaupun demikian, hasil penelitian berbeda ditunjukkan oleh penelitian (Agustina dan Purnama, 2021) yang menyatakan bahwa variasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pentingnya Fasilitas Toko, Harga dan Variasi Produk maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Fasilitas Toko, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Kota Bekasi”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat di rumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh fasilitas toko terhadap keputusan pembelian konsumen di Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Bekasi ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Bekasi ?
3. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Bekasi ?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas toko, harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Bekasi ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan di atas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen warkop medan di Jakarta cabang galaxy Kota Bekasi.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen warkop medan di Jakarta cabang galaxy Kota Bekasi.
3. Untuk menganalisis pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen warkop medan di Jakarta cabang galaxy Kota Bekasi
4. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas, harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen warkop medan di Jakarta cabang galaxy Kota Bekasi.

### 1.4 Manfaat Studi

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Penulis  
Penelitian ini sangatlah penting dan bermanfaat bagi penulis karna dapat menambah pengetahuan penulis.
2. Bagi Perusahaan  
Penelitian ini sangat penting bagi perusahaan Warkop Medan Di Jakarta agar penelitian karya ilmiah ini bisa dijadikan bahan masukan atau koreksi agar permasalahan yang terjadi tidak terulang lagi.



### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

## 1.5 Sitematika Penulisan

Secara sistematis pembahasan pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

### **BAB I**

#### **PENDAHULUAN**

Bab ini mengupas mengenai pendahuluan masalah, formulasi masalah, tujuan penelitian dan keuntungan penelitian serta tata cara penulisan.

### **BAB II**

#### **TELAAH PUSTAKA**

Telaah pustaka yang memberikan penejelasan tentang fasilitas toko, harga produk, variasi produk dan keputusan pembelian.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Kelompok populasi dan sampel penelitian, teknik sampling, kerangka model konseptual, pengukuran variabel, metode pengolahan data, dan pengujian hipotesis semanya dibahas pada bab ini.

### **BAB IV**

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merangkum hasil analisis data dan membicarakan temuan penelitian yang telah diteliti.

**BAB V****PENUTUP**

Bab ini memberikan rekomendasi penelitian untuk kajian lebih lanjut serta kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan temuan penelitian yang telah selesai.

