

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Di Indonesia salah satu usaha yang mengalami perkembangan pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah usaha dalam bidang kuliner. Usaha yang sedang berkembang pesat salah satunya adalah usaha dalam bidang coffee, banyaknya pengusaha dalam bidang ini bisa dikatakan persaingan usaha juga semakin ketat.”Pelaku usaha coffee dituntut untuk menjadi kreatif (*be creative*) dalam setiap aspeknya agar siap menghadapi persaingan industri kreatif yang semakin meningkat.

Salah satu persoalan yang cukup penting dalam dunia usaha adalah bagaimana aspek pemasaran yang baik sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha. Aspek pemasaran tersebut yaitu kualitas dalam produk dan harga dapat terjual sampai konsumen berminat untuk membeli produk tersebut. Seperti yang kita ketahui, usaha dalam bidang coffee saat ini sudah banyak berkembang pesat, terutama dalam segi produknya. Produk yang dijual pun beragam, tidak hanya produk makanan, produk minuman juga tidak kalah unggul dalam tingkat penjualannya. Salah satunya adalah produk minuman kopi.

Kopi merupakan hal yang sangat erat kaitannya dengan aktivitas masyarakat Indonesia. Kopi menjadi media dalam interaksi sosial di masyarakat Indonesia secara luas. Dengan hanya menggunakan kopi sachet, kopi bisa dapat menjadi media penghubung dari orang yang tidak saling mengenal menjadi saling mengenal. Di era Saat ini, menjamurnya toko kopi atau coffee shop di Indonesia menjadikan pembuktian bahwa masyarakat membutuhkan wadah atau tempat untuk berinteraksi dengan media penghubung kopi tersebut.

Coffee shop menurut (Wiktionary, 2010;22) bisa diartikan sebuah café kecil atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi dan terkadang minuman non-alkohol, makanan sederhana atau snaks, dengan fasilitas yang menunjang di tempat tersebut”.

Para penikmat kopi dapat datang ke coffee shop dengan mudah dan menikmati secangkir kopi yang berkualitas. Tentunya hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menciptakan produk minuman kopi yang mempunyai kualitas bagus sehingga akan berdampak kepada minat beli konsumen.

Kualitas produk kopi saat ini sangat di perhatikan oleh konsumen. Bahkan menu minuman pendamping kopi pun juga menjadi incaran konsumen untuk sekedar menjadi pendamping minuman kopi utama mereka. Karena minuman kopi saat ini sudah menjadi gaya hidup masyarakat khususnya di Indonesia. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah selera, pendapatan, posisi sosial, dan globalisasi. Ketika globalisasi dan modernisasi memberi dampak pada hasrat manusia untuk mengejar suatu posisi sosial dan pendapatan tertentu untuk memenuhi kebutuhan sosial mereka, maka selera mereka pun terpengaruh yang secara tidak langsung dapat menggambarkan identitas mereka di kehidupan publik.

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:253), kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Bagi usaha coffeshop menghasilkan produk minuman yang berkualitas merupakan suatu tantangan tersendiri. Target utama yang ingin dicapai bagi sebuah coffeshop adalah tercapainya kepuasan pelanggan, karena pelanggan sebagai aspek yang sangat penting dalam berkembangnya industry food and beverage. Selain kepuasan pelanggan, produk yang berkualitas dan harga juga sangat berdampak terhadap loyalitas pelanggan.

Harga merupakan salah satu penentu dalam pemilihan produk yang berkaitan dengan keputusan minat beli konsumen. Ketika memilih diantara produk-produk yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga secara absolut tetapi dengan membandingkan beberapa standart harga sebagai referensi untuk melakukan pembelian.

Pada penelitian Dodds (1991) menyatakan bahwa konsumen akan membeli suatu produk jika harganya dipandang layak oleh mereka. Lebih lanjut, dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya. (Sweeney,et.al:1998).

Usaha Qubicle Coffee Palembang merupakan usaha yang bergerak di bidang Coffee Shop yaitu mengolah, membuat, dan menjual kopi. Qubicle Coffee Palembang didirikan pada tahun 2018. Usaha ini terletak di Jl. Srijaya Negara No.76, Bukit Lama, Kec. Ilir Barat I, Kota Palembang. Qubicle Coffee Palembang buka setiap hari pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB. Jenis kopi yang dipakai oleh Qubicle Coffee Palembang adalah kopi Arabica dan kopi Robusta yang di mix sehingga menghasilkan cita rasa kopi yang nikmat.

Adapun terdapat data penjualan Qubicle Coffee Palembang dari tahun 2018-2021 yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Qubicle Coffee Palembang**  
**Tahun 2018-2021**

<b>Tahun</b>	<b>Volume Penjualan (dalam cup)</b>
2018	18.250
2019	10.950
2020	9.125
2021	14.600
<b>Total</b>	<b>52.925</b>

Sumber: Qubicle Coffee Palembang tahun 2018-2021

Dari Table 1.1 diketahui bahwa terjadi fluktuasi di setiap tahun. Permasalahan yang menyebabkan terjadinya hal ini adalah karena adanya situasi-situasi dimana pada tahun tertentu terjadi pembelian yang cukup besar. Hal ini juga bisa disebabkan karena adanya pandemic covid-19 dan terdapat beberapa coffee shop baru yang berada di Palembang. Maka disini pihak owner dituntut untuk bisa memberikan keyakinan pada konsumen setia Qubicle Coffee Palembang agar berminat melakukan pembelian di cafe tersebut. Untuk dapat bertahan Qubicle Coffee Palembang harus mengembangkan strategi pemasarannya misalnya dengan meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan harga yang terjangkau kepada konsumen.

Basarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menulis judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Qubicle Coffee Palembang”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah ditemukan diatas, maka ditarik suatu rumusan masalah yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Qubicle Coffee Palembang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada QubicleCoffee Palembang?
3. Apakah harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Qubicle Coffee Palembang?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar penulisan laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pembahasan yang dibahas, maka ruang lingkup dalam pembahasan laporan akhir ini hanya mengenai kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada Qubicle Coffee Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Qubicle Coffee Palembang.
- b. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Qubicle Coffee Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini digunakan sebagai sarana dalam pengembangan dan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah serta menjadi tambahan wawasan.

#### **b. Bagi Usaha**

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi owner Qubicle Coffee Palembang mengenai kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen, agar hasil penelitian ini dapat digunakan dengan baik dan juga dapat dikembangkan.

## **1.5 METEDOLOGI PENELITIAN**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Qubicle Coffee Palembang di Jalan Srijaya Negara No.76, Bukit Lama, Kec. Ilir Barat I, Kota Palembang. Objek penelitian ini adalah konsumen pada Qubicle Coffee Palembang.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data Sugiyono (2016:225). Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

Dalam penulisan laporan ini, penulis mengumpulkan data langsung dari objek penelitian yaitu Qubicle Coffee Palembang melalui teknik wawancara dan pembagian kuesioner.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah suatu data yang sudah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna jasa (Yuianto dkk:2018).

Data sekunder dalam laporan ini diperoleh penulis dari berbagai macam referensi, seperti buku-buku, jurnal, dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data penulisan Laporan Akhir pada Qubicle Coffee Palembang ini adalah dengan menggunakan beberapa metode, antara lain :

#### 1. Riset Lapangan

Riset Lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data primer secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah:

##### a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:142). Dalam penelitian ini, penulis membagikan kuesioner kepada konsumen Qubicle Coffee Palembang.

#### 2. Riset Kepustakaan

Pada metode ini penulis memanfaatkan sumber-sumber tertulis dengan mengumpulkan dan mempelajari data yang diperoleh dari buku dan sumber tertulis lainnya yang terdapat di internet dijadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

### 1.5.4 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen dari Qubicle Coffee Palembang.

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Pada penelitian ini pengambilan sampel atau disebut juga sebagai responden penelitian dilakukan dengan menggunakan metode non probability sampling yaitu teknik accidental sampling. Dilakukannya teknik accidental sampling karena jumlah populasi penikmat kopi di Qubicle Coffee Palembang yang tidak terdata secara pasti. Melalui penyebaran kuesioner di Qubicle Coffee Palembang yang menjadi tempat penelitian, diperoleh rata-rata pengunjung sebanyak 58 orang per hari.

Dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh besar sampel sebanyak 37 orang responden. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Maka sampel penelitian diperoleh yaitu:

$$n = \frac{58}{1 + (58)(10\%)^2} = 36,7 \text{ dibulatkan menjadi } 37$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan (10%)

### 1.5.5 Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Analisa Data Kuantitatif

Dalam menganalisis data ini, penulis menggunakan metode analisa data kuantitatif. Analisis dalam penelitian kuantitatif ini merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul.

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dan seluruh responden, menyajikan data tiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab masalah dan melakukan perhitungan untuk menjawab masalah dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis, langkah terakhir dilakukan (Sugiyono, 2018:232).

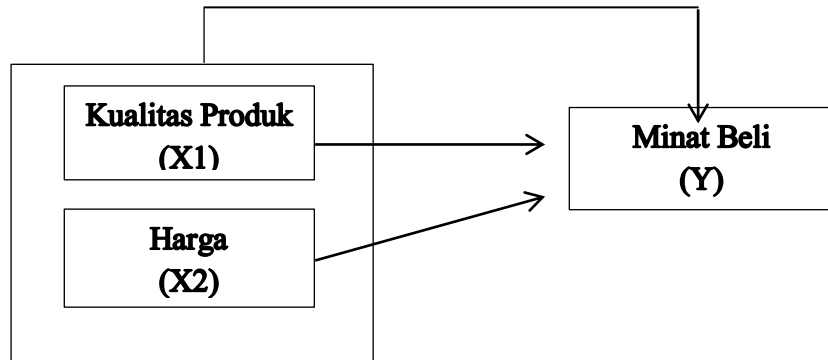
Pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang berupa angka dengan melakukan perhitungan dari jawaban responden dalam kuesioner berdasarkan Skala Likert. Adapun dalam skala likert terdapat lima pilihan jawaban dengan skala skor 1-5 yang dipilih oleh responden untuk menjawab setiap pertanyaan yang diberikan. Berikut ini tingkatan skala likert yang digunakan:

**Tabel 1.2**  
**Skala Pengukuran Likert**

No	Simbol	Jawaban	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	N	Netral	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2017





## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda menurut (Yusi & Idris, 2016:160) adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Konstanta dari persamaan regresi

b<sub>1</sub>.b<sub>2</sub> = Koefisien regresi masing-masing variabel

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Harga

### 1.5.6 Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas dilakukan pada responden sebanyak 37 responden pada konsumen Qubicle Coffee Palembang.

Pada Penelitian ini penulis menghitung validitas dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). versi 22 for windows. Dasar keputusannya adalah sebagai berikut:

Jika  $r \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka butir pertanyaan tersebut valid.

Jika  $r \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

## 2. Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas ini dilakukan pada responden sebanyak 37 responden pada konsumen Qubicle Coffee Palembang, dengan menggunakan pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya.

Penulis menghitung raelibilitas dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Solutions*) versi 22 for windows, variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut:

1. Jika  $r\text{-alpha}$  positif dan lebih besar dari  $r\text{-tabel}$  maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Jika  $r\text{-alpha}$  negatif dan lebih kecil dari  $r\text{-tabel}$  maka pernyataan tersebut tidak reliabel.
  - a. Jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$  maka reliable
  - b. Jika nilai Cronbach's Alpha  $< 0,6$  maka tidak reliable

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:168).

Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yakni kualitas produk dan harga memberikan pengaruh kepada variabel dependen yakni minat beli.

Untuk menentukan nilai  $t_{hitung}$  maka diperlukan juga nilai tabel, tabel didapatkan melalui rumus  $DF$  (*Degree of freedom*) =  $n - k$  dimana  $n$  merupakan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini,  $k$  merupakan variabel yang ada yakni (Variabel X dan Y).

#### b. Uji Simultan (Uji F)

Analisis regresi berganda dengan menggunakan uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel yang meliputi kualitas, dan harga terhadap minat beli konsumen. Adapun ketentuan dari dasar pengambilan keputusan pada uji F adalah sebagai berikut:

- Jika nilai  $sig < 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- Sebaliknya, jika nilai  $sig > 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

#### c. Koefisien Determinan

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang dinyatakan dalam bentuk persen (Sugiyono, 2013:250).

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk dan harga terhadap minat beli konsumen. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi, yaitu:

$$\text{Rumus: } R^2D = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$R^2D$  = Koefisien determinasi

$r^2$  = Kuadrat korelasi