

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan coffee shop di Kota Medan mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Jika sebelumnya kedai kopi masih jarang ditemukan, kini keberadaannya semakin mudah dijumpai dengan lokasi yang berdekatan satu sama lain. Salah satu coffee shop yang banyak diperbincangkan adalah Fore Coffee, sebuah startup yang menghadirkan kopi berkualitas tinggi dengan menggunakan biji kopi arabika terbaik. Sebagai bentuk dukungan terhadap kesejahteraan petani di berbagai daerah di Indonesia, Fore Coffee memanfaatkan biji kopi pilihan sebagai ciri khasnya. Kehadirannya tidak hanya meramaikan industri kopi, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu, Fore Coffee dikenal dengan konsep dan kemasannya yang unik serta estetik, berbeda dari coffee shop lainnya. Fore Coffee juga mengedepankan kepedulian terhadap lingkungan dengan menghadirkan kemasan yang dapat digunakan kembali.



Gambar 1 Pola Konsumsi Kopi Masyarakat Indonesia 2024

Sumber : Survei Goodstats

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh bagaimana konsumen memandang harga suatu produk. Ketika harga dianggap terjangkau sesuai dengan kualitas yang diperoleh, konsumen cenderung lebih tertarik untuk membeli. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi harga dan keputusan pembelian (Sandy & Aquinia, 2022).

Kualitas produk menjadi faktor utama dalam pemasaran, karena konsumen cenderung mencari informasi mengenai produk yang memiliki standar baik sebelum melakukan pembelian. Dalam hal ini, kualitas produk Fore Coffee akan mempengaruhi cara konsumen menilai apakah produk tersebut dapat memenuhi ekspektasi mereka. Selain itu, kualitas produk juga mencerminkan pemahaman terhadap nilai dan keunggulan yang ditawarkan oleh penjual (Maharani & Alam, 2022).

Sebuah perusahaan dapat dikatakan sukses jika strategi promosinya mampu menarik banyak pelanggan. Promosi berperan penting dalam menyampaikan informasi mengenai produk yang ditawarkan. Melalui promosi, produsen dapat mengomunikasikan detail produk dan layanan mereka kepada konsumen, sehingga informasi tersebut dapat tersebar lebih luas (Ramahdani et al., 2022).

Harga berkaitan dengan bagaimana harga suatu produk dijelaskan agar mudah dipahami dan bermanfaat bagi konsumen. Harga yang ditetapkan harus sejalan dengan kualitas produk serta promosi yang ditawarkan. Konsumen juga cenderung membandingkan harga aktual dengan harga yang mereka perkirakan sebelumnya sebelum mengambil keputusan pembelian (Ramahdani et al., 2022).

Motivasi konsumen dalam membeli Fore Coffee beragam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana keputusan pembelian di Fore Coffee dipengaruhi oleh faktor kualitas produk, promosi, dan harga. Industri kopi di Kota Medan berkembang pesat, dengan Fore Coffee sebagai salah satu pemain utama. Untuk bersaing dengan brand lain seperti Coffee Shop lainnya, Fore Coffee mengandalkan kualitas produk, promosi, dan harga dalam menarik pelanggan. Kualitas rasa dan inovasi menu menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Selain itu, strategi promosi seperti diskon dan kampanye digital dapat memengaruhi minat konsumen, tetapi efektivitasnya masih perlu dikaji. Harga yang lebih tinggi dibandingkan kompetitor juga menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam membeli Fore Coffee.

Fenomena keputusan pembelian Fore Coffee dan uraian dari penelitian terdahulu maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Fore coffee di kota Medan.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di kota Medan?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di kota Medan?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di kota Medan?
4. Apakah kualitas, promosi, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di kota Medan?

1.3 Tinjauan Pustaka

1.3.1 Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor krusial dalam pemasaran, karena konsumen cenderung mencari informasi mengenai produk yang berkualitas sebelum melakukan pembelian. Kualitas produk Fore Coffee akan mempengaruhi analisis konsumen terkait kemampuan produk tersebut dalam memenuhi harapan mereka. Selain itu, kualitas produk mencerminkan pengetahuan penjual terhadap produk yang ditawarkan (Mariansyah, et al, 2020).

1.3.2 Promosi

Promosi adalah upaya komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai produk atau layanan yang ditawarkan, dengan tujuan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), promosi mencakup berbagai aktivitas yang dirancang untuk mengomunikasikan nilai produk dan membujuk konsumen sasaran untuk membelinya (Adwimurti, et al, 2023).

1.3.3 Harga

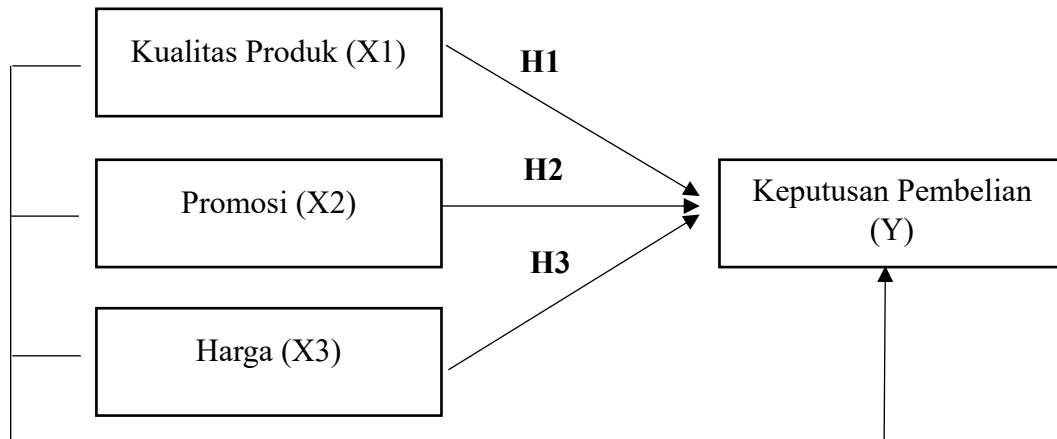
Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen (Permatasari, et al, 2022).

1.3.4 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen menentukan pilihan untuk membeli produk atau layanan tertentu setelah melalui serangkaian pertimbangan dan evaluasi. Menurut Rosdiana (2022), keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli

atau menggunakan suatu produk, baik berupa barang maupun jasa, yang diyakini akan memuaskan dirinya, serta kesediaan untuk menangani dampak yang mungkin ditimbulkan.

1.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Penulis 2025

1.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Kota Medan
- H2 : Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.Fore Coffee di Kota Medan
- H3 : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Kota Medan
- H4 : Kualitas produk, promosi, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Kota Medan