BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan yang semakin selektif ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan terhadap pelayanan kepada pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui variasi produk dan jasa yang berkualitas dan sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Perkembangan usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan bahwa industri kuliner memiliki tingkat persaingan yang semakin tinggi dan menjadi salah satu sektor usaha yang terus berkembang. Berdasarkan Badan Pusat Statistik, jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 5,28 juta usaha, yang menunjukkan besarnya skala industri dan tingkat persaingan dalam sektor tersebut. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha kuliner untuk tidak hanya berorientasi pada penjualan produk, tetapi juga memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Dalam konteks coffee shop dan usaha kuliner sejenis, keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh persepsi terhadap harga, keberagaman produk yang tersedia, serta kualitas pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut menjadi penting bagi pelaku usaha untuk menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik konsumennya.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik perhatian konsumen. Salah satu konsep yang sering digunakan dalam pemasaran adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung mempertimbangkan keterjangkauan harga serta kesesuaian antara harga dengan manfaat yang diperoleh sebelum melakukan pembelian.

Harga yang sesuai dapat menciptakan persepsi positif konsumen terhadap suatu produk sehingga mendorong terjadinya keputusan pembelian. Selain harga, variasi produk juga menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen. Variasi produk berkaitan dengan keberagaman pilihan produk yang ditawarkan kepada konsumen, seperti banyaknya pilihan menu, rasa, ukuran, maupun inovasi produk. Semakin beragam produk yang tersedia, maka konsumen akan memiliki lebih banyak alternatif pilihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan selera mereka. Dalam bisnis kuliner dan coffee shop, variasi produk menjadi salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

Dalam bisnis jasa, pelayanan yang diberikan menjadi salah satu bentuk penilaian konsumen terhadap perusahaan. Pelayanan yang ramah, cepat, tanggap dan nyaman dapat memberikan pengalaman positif sehingga meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam bisnis jasa, pelayanan yang diberikan menjadi salah satu bentuk penilaian konsumen terhadap perusahaan. Pelayanan yang ramah, cepat, tanggap, dan nyaman dapat memberikan pengalaman positif sehingga meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Pengalaman pelayanan yang baik juga dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap usaha yang dikunjungi. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang relevan untuk dikaji dalam penelitian mengenai keputusan pembelian pada usaha kuliner.

Salah satu usaha kuliner yang memiliki konsep unik di wilayah Medan dan sekitarnya adalah Kedai Kopi Kebun Cemara yang beralamat di Jl. H. Anif Komp. Cemara Kuta No. Samping, Sampali, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371. Kedai ini mengusung konsep perkebunan asli di tengah kota dengan suasana kebun sayur dan taman bunga yang asri. Konsumen juga dapat memperoleh pengalaman interaktif, seperti memetik sayuran langsung dari kebun. Selain itu, kedai menyediakan menu vegetarian 99% berbahan nabati, market yang menjual sayuran segar dan produk olahan, serta konsep ramah terhadap hewan peliharaan. Berbagai karakteristik tersebut menjadi keunggulan yang membedakan Kedai Kopi Kebun Cemara dari sebagian kedai kopi lainnya dan menjadikannya objek yang relevan untuk penelitian, khususnya di sekitar Kompleks Cemara Asri.

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan perlu memperhatikan faktor harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan agar mampu bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk mengetahui apakah harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara. Selain ketiga faktor tersebut, fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada bisnis kuliner seperti kedai kopi juga tidak terlepas dari pengaruh lingkungan sekitar, seperti lokasi usaha yang strategis, suasana tempat (atmosfer), serta tren media sosial. Namun, penelitian ini tidak memasukkan faktor-faktor tersebut sebagai variabel penelitian karena penelitian difokuskan pada harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Pembatasan tersebut dilakukan agar penelitian memiliki fokus yang jelas dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada bisnis kuliner menunjukkan hasil yang belum sepenuhnya konsisten. Beberapa penelitian menemukan bahwa harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa variasi produk atau harga tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel dapat dipengaruhi oleh karakteristik usaha, jenis produk, segmentasi pasar, dan karakteristik konsumen. Kondisi tersebut menjadi relevan untuk dikaji pada Kedai Kopi Kebun Cemara karena usaha ini memiliki karakteristik konsep kebun dan pilihan produk yang berbeda dari sebagian objek penelitian terdahulu. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh harga,

variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara.

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi konsumen pada objek penelitian, peneliti melakukan pra-survei terhadap 30 konsumen Kedai Kopi Kebun Cemara. Pra-survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi indikasi awal dan sebagai gambaran awal dalam mengidentifikasi fenomena penelitian dan bukan sebagai dasar untuk menyimpulkan adanya pengaruh antarvariabel yang berkaitan dengan harga, variasi produk, kualitas pelayanan, serta keputusan pembelian konsumen. Hasil pra-survei digunakan sebagai gambaran awal untuk memahami fenomena yang terjadi di lapangan. Namun, data pra-survei tidak digunakan untuk menyimpulkan adanya hubungan atau pengaruh antarvariabel penelitian. Pengujian pengaruh antarvariabel tetap dilakukan melalui penelitian kuantitatif dengan data dari 100 responden.

Tabel 1. 1. Hasil Pra Survey Kedai Kopi Kebun

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	%	**Tidak**	%
1	Apakah harga produk yang ditawarkan terjangkau bagi Anda?	28	93%	2	7%
2	Apakah harga produk sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen?	28	93%	2	7%
3	Apakah harga produk menjadi pertimbangan utama sebelum membeli?	25	83%	5	17%
4	Apakah produk memiliki banyak jenis pilihan bagi konsumen?	21	70%	9	30%
5	Apakah banyaknya pilihan produk mempengaruhi minat membeli konsumen?	21	70%	9	30%
6	Apakah kondisi tempat pelayanan terlihat bersih dan nyaman? .	28	93%	2	7%
7	Apakah karyawan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan?	22	73%	8	27%
8	Apakah karyawan mampu memberikan informasi produk dengan jelas?	24	80%	6	20%

Berdasarkan hasil pra-survei pada Tabel 1.1, terdapat beberapa indikasi awal mengenai kondisi konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara. Sebanyak 30% responden menyatakan bahwa produk yang tersedia belum memiliki banyak pilihan, sedangkan 27% responden menyatakan bahwa karyawan kurang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dan 20% responden menyatakan bahwa karyawan belum mampu memberikan informasi produk dengan jelas. Hasil tersebut menunjukkan adanya aspek yang masih perlu diperhatikan pada variasi produk dan kualitas pelayanan. Namun, hasil pra-survei tersebut belum dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena pra-survei hanya memberikan gambaran awal mengenai persepsi konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penelitian kuantitatif untuk menguji secara empiris pengaruh

harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara..

Variasi produk adalah unit tersendiri dari suatu merek atau lini produk dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, atau ciri khas yang lain. Semakin banyaknya jumlah variasi produk di suatu tempat, maka konsumen akan merasa puas sehingga tidak melakukan pembelian terhadap produk lain. Variasi produk merupakan salah satu aspek yang dapat memberikan alternatif pilihan kepada konsumen dalam menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya. Dalam bisnis kuliner, variasi produk dapat terlihat dari keberagaman jenis menu, ukuran, rasa, pilihan tambahan, maupun inovasi produk yang ditawarkan. Ketersediaan pilihan yang beragam dapat memberikan kesempatan kepada konsumen untuk membandingkan alternatif sebelum menentukan produk yang akan dibeli. Pada Kedai Kopi Kebun Cemara, variasi produk menjadi relevan untuk dikaji karena usaha tersebut menawarkan berbagai pilihan makanan dan minuman yang disesuaikan dengan konsep usahanya. Oleh karena itu, penelitian ini perlu menguji secara empiris apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara.

Selain itu**,** I Kadek et al. (2025) mengkonfirmasi bahwa varian menu dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Winston's Restaurant dengan kontribusi simultan sebesar 82,60%. Kepuasan pelanggan dapat terbentuk ketika produk dan pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang secara teoritis dapat berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen karena pelayanan yang sesuai dengan harapan dapat memberikan pengalaman positif selama proses pembelian. Namun, hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada Kedai Kopi Kebun Cemara belum dapat disimpulkan hanya berdasarkan teori maupun hasil pra-survei. Oleh karena itu, diperlukan pengujian empiris untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada objek penelitian.

Nurul Khaira et al. (2022) juga melaporkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dengan t hitung 7,210 terhadap keputusan pembelian di Kafe Sudut Halaman. Berdasarkan hasil pra-survei, masih terdapat sebagian konsumen yang menilai variasi produk belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan mereka serta kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan, khususnya pada aspek ketanggapan karyawan dan kemampuan memberikan informasi produk. Kondisi tersebut menunjukkan adanya aspek variasi produk dan kualitas pelayanan yang masih relevan untuk dikaji. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Ade Lina (2023) dan I Kadek et al. (2025) yang menunjukkan adanya pengaruh variabel terkait terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan identifikasi kesenjangan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan temuan tidak konsisten, serta hasil pra-survei yang mengindikasikan adanya beberapa aspek operasional pada Kedai Kopi Kebun Cemara yang masih dalam tahap pengembangan seperti keragaman pilihan menu dan responsivitas layanan maka penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan secara objektif. Urgensi tersebut tidak semata-mata didasarkan pada adanya kelemahan, melainkan pada kebutuhan untuk memperoleh pemahaman empiris yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang benar-benar memengaruhi keputusan pembelian di konteks usaha

yang unik ini. Penelitian ini menjadi penting karena dapat memberikan kontribusi akademik berupa pengujian teori bauran pemasaran pada bisnis kuliner berbasis konsep kebun dan vegetarian, serta memberikan rekomendasi strategis yang konstruktif bagi pengelola Kedai Kopi Kebun Cemara tanpa mengabaikan potensi dan keunggulan yang telah dimiliki. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menjembatani kesenjangan antara praktik di lapangan dan literatur pemasaran yang ada, sekaligus menyajikan analisis yang netral, berbasis data, dan relevan dengan kondisi riil usaha.Dengan demikian peneliti mengangkat judul "**Pengaruh Harga, Variasi produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Kebun Cemara".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara?
2. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara?
4. Apakah harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara?

1.3 Tujuan TA

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara.
2. Untuk menganalisis pengaruh variasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara.
4. Untuk menganalisis pengaruh harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Kebun Cemara.

1.4 Kontribusi/ Manfaat TA

Penelitian ini diharapakan dapat memberikan manfaat dan dampak baik secara teoritis maupun praktis

1. Manfaat Akademik: Menambah Khazanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dengan pengaruh harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha kuliner dengan konsep unik, dan memperkuat atau mengembangkan teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan bauran pemasaran 7P dalam konteks bisnis kuliner modern.
2. Manfaat bagi kedai kopi kebun Cemara: Membantu dalam rekomendasi strategis dan memberikan masukan mengenai prioritas pada faktor harga,

variasi produk dan kualitas pelayanan guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

3. Manfaat bagi Peneliti: Menambah pengalaman dan wawasan dalam melakukan penelitian ilmiah di bidang pemasaran, serta mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama di perkuliahan