

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Didunia industri, khususnya bidang makanan dan minuman (food and beverage) menjadi salah satu sektor yang berkembang paling cepat dan memberikan dampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Perubahan gaya hidup masyarakat, terutama pada generasi muda, menjadikan makanan dan minuman bukan sekadar kebutuhan pokok, tetapi juga bagian dari gaya hidup modern, hiburan, dan tren sosial. Kondisi ini membuka peluang usaha yang besar, namun sekaligus menciptakan persaingan yang semakin ketat bagi para pelaku bisnis.

Di kota-kota besar seperti Bandung, industri kuliner mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Bandung dikenal sebagai kota kreatif sekaligus tujuan wisata kuliner yang populer, sehingga menjadikan persaingan di bidang makanan dan minuman semakin intens. Banyaknya café dan restoran dengan konsep unik dan beragam membuat para pemilik usaha dituntut untuk terus berinovasi, baik dari segi produk, layanan, suasana, hingga strategi promosi yang digunakan.

H&H Café and Kitchen merupakan salah satu pelaku usaha yang turut meramaikan industri kuliner di kota bandung. H&H Café and Kitchen hadir dengan konsep menyasar kalangan anak muda hingga keluarga. Dengan menawarkan berbagai menu makanan dan minuman yang kekinian, H&H Café berupaya

membangun citra sebagai tempat makan sekaligus tempat bersantai yang relevan dengan tren masa kini.

Meskipun demikian, di tengah meningkatnya jumlah café di kota Bandung, H&H Café and Kitchen menghadapi persaingan yang semakin ketat. Beberapa café populer yang juga menjadi pilihan utama konsumen di kota ini antara lain Jabarano Coffee, Beri Kopi, dan Kopi Nako. Masing-masing café tersebut memiliki keunggulan tersendiri, baik dari sisi harga yang kompetitif, kualitas produk yang terjaga, hingga konsep tempat yang unik dan Instagramable. Kehadiran para pesaing ini menuntut H&H Café untuk terus meningkatkan daya saingnya agar tetap menjadi pilihan konsumen.

Keterlibatan konsumen sangat penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Konsumen menjadi pusat perhatian dalam seluruh strategi pemasaran perusahaan karena mereka secara langsung terlibat dalam proses membeli dan mengonsumsi suatu produk.

Konsumen secara langsung menilai suatu produk sebelum akhirnya memutuskan untuk membelinya, konsumen memainkan peran yang sangat penting dalam proses keputusan pembelian. Konsumen dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama di industri kuliner, mempertimbangkan kebutuhan fungsional selain kualitas dan harga produk. Ketidaksesuaian antara harga dan kualitas produk dapat menimbulkan keraguan atau bahkan penolakan, tetapi produk yang dianggap memiliki manfaat dan kualitas yang sama dapat mendorong pelanggan untuk membeli. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku bisnis untuk memahami bagaimana konsumen menilai dan merespons harga dan kualitas produk

karena keputusan pembelian konsumen sangat penting untuk keberlangsungan dan keberhasilan bisnis, termasuk H&H Café and Kitchen.

Konsumen cenderung memilih produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka serta memberikan nilai dan kepuasan yang sesuai dengan harapan mereka. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana kualitas dan harga produk memengaruhi keputusan pembelian pelanggan, terutama bagi perusahaan seperti H&H Café and Kitchen karena ini memungkinkan mereka untuk membuat strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan kompetitif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Menurut (Septyadi 1, 2022) Perilaku konsumen adalah saat menggunakan atau mengonsumsi suatu produk dikenal sebagai keputusan pembelian. Dari sejumlah faktor yang memberikan pengaruh terhadap pelanggan ketika melakukan pembelian sebuah jasa maupun produk, umumnya konsumen melakukan pertimbangan kualitas, harga beserta produk yang telah dikenali masyarakat. Menurut (Nuryanti1*, 2024) keputusan pembelian adalah Keputusan pembelian didefinisikan sebagai keputusan untuk memilih antara dua atau lebih pilihan. Dengan kata lain, ketika seseorang membuat keputusan, mereka harus memiliki pilihan lain.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Keputusan pembelian adalah suatu alasan tentang bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta harapan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya keluarga, harga, pengalaman, dan kualitas produk.

Berdasarkan pengertian menurut para ahli, dapat dipahami bahwa keputusan pembelian konsumen berasal dari proses pertimbangan mereka terhadap berbagai pilihan yang tersedia. Proses ini dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk harga, kualitas produk, pengalaman pribadi, pengaruh keluarga, dan tingkat pemahaman masyarakat tentang produk.

Penelitian ini dilakukan di H&H cafe and Kitchen yang berada di Jalan Pahlawan No.70, Neglasari, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40124. Saat ini sudah ada 2 cabang yang tersedia di Bandung, H&H Kitchen juga menggunakan jasa *influencer* dan media sosial dalam memasarkan dan melakukan promosi-promosi produknya, mereka memanfaatkan situs jaringan sosial yang utama dengan media sosial Instagram tiktok dan jaringan sosial yang lainnya .

Berdasarkan pengamatan awal yang telah peneliti lakukan pada H&H Café and Kitchen, mengungkapkan bahwa harga jual produk H&H Café and Kitchen cenderung sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing yang menjual produk sama dengan kualitas yang *relatif* setara. Penetapan harga yang dilakukan H&H Café and Kitchen ini kurang cocok bagi konsumen menengah kebawah, misalnya harga jual H&H Café and Kitchen mencapai Rp. 35.000,-, sementara pesaing menawarkan produk dengan ukuran dan spesifikasi yang hampir sama dengan harga Rp. 33.000,-. Penetapan harga yang kurang kompetitif ini tentu dapat menjadi faktor penghambat bagi H&H Café and Kitchen dalam menarik minat dan keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung lebih sensitif bila mengenai harga dan akan memilih produk pesaing yang menawarkan harga lebih terjangkau, namun dengan kualitas yang relatif setara.

Menurut zulkarnaen dalam (Satdiah 1, 2023) harga adalah nilai barang yang ditetapkan oleh penjual. Dengan kata lain, harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pembeli kepada penjual saat mereka membeli barang tersebut. Menurut Wicaksono et., al dalam (Chaerunnisa, 2024) Pelanggan mempertimbangkan banyak hal saat melakukan pembelian, salah satunya adalah harga. Harga adalah faktor utama dalam menentukan apakah akan membeli barang atau layanan. Harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan atas pelanggan terhadap penjual dan pembeli barang yang dibelinya dengan kata lain, harga ialah nilai sebuah barang yang ditentukan oleh penjual. Berdasarkan penjelasan di atas, jelas bahwa pelanggan selalu mencari keseimbangan antara kualitas produk dan harga. Konsumen dan produsen sama-sama mengharapkan produk dengan kualitas unggul namun dengan harga yang relatif murah.

Menurut kotler AND Armstrong dalam (Teressa1, 2024) kualitas produk sebagai atribut produk atau jasa yang mendukung kemampuan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Cesariana dalam (Alimatus, 2023) kualitas produk adalah faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen tentang apa yang akan mereka beli. Kualitas produk yang baik dan sebanding dengan harga akan membuat pelanggan semakin tertarik untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti pada H&H Café and Kitchen ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada H&H Café and Kitchen ini dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk, sehingga mengakibatkan ketidakstabilan dan penurunan pada pengunjung yang datang ke H&H Café and Kitchen. Berikut ini disajikan data pengunjung bulan Juni 2023 sampai dengan Maret 2024.

Tabel 1. 1 Data Pengunjung H&H Cafe And Kitchen

Bulan & Tahun	Total Pengunjung
November 2024	971
Desember 2024	1.200
Januari 2025	1.113

Februari 2025	820
Maret 2025	1.109
April 2025	1.430
Jumlah	6.643

Sumber penelitian: 2025

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa data jumlah pengunjung yang datang dan membeli produk di H&H Café and Kitchen selama periode November 2024 hingga April 2025, terlihat adanya *fluktuasi* yang cukup signifikan setiap bulannya. Pada November 2024 tercatat sebanyak 971 pengunjung, lalu mengalami peningkatan menjadi 1.200 pengunjung pada Desember 2024. Namun, pada Januari dan Februari 2025 jumlah pengunjung mengalami penurunan menjadi 1.113 dan 820 orang. Penurunan ini kemungkinan dipengaruhi oleh faktor musiman atau kondisi eksternal lainnya. Selanjutnya, jumlah pengunjung kembali meningkat pada Maret 2025 sebesar 1.109 orang, hingga mencapai angka tertinggi pada April 2025 yaitu 1.430 pengunjung. Total keseluruhan selama enam bulan tersebut mencapai 6.643 pengunjung. *Fluktuasi* ini menunjukkan adanya dinamika dalam perilaku konsumen yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga, kualitas produk, pelayanan, maupun strategi promosi yang dijalankan oleh H&H Café and Kitchen. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar H&H Café and Kitchen dapat menjaga bahkan meningkatkan jumlah kunjungannya secara konsisten.

Keputusan pembelian adalah proses yang dilalui oleh pembeli dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka dikenal sebagai keputusan pembelian. Menurut Ilmiyah dalam (Wahyuningrum 2023) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah pilihan seseorang untuk memilih satu dari banyak pilihan. Pilihan Pembelian.

Tabel 1 .2 Hasil Tinjauan Awal Penelitian Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Jawaban responden	
		YA	Tidak

		F	%	F	%
1.	Saya cenderung memilih H&H Café and Kitchen dibanding kedai kopi lainnya.	5	23,5%	29	76,6%
2.	Saya merasa yakin setiap kali membeli produk dari H&H Café and Kitchen.	8	26,4%	26	73,5%
3.	Saya akan terus membeli produk dari H&H Café and Kitchen di masa mendatang.	7	29,4%	27	70,6%
	Jumlah Responden	20	25%	82	75%

Sumber penelitian: 2025

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa keputusan pembelian H&H Café and Kitchen mengalami penurunan yang ditunjuk oleh jawaban dari 34 responden dengan rata-rata hasil survei presentase responden yang menjawab Ya adalah 25% dan yang menjawab Tidak 75% artinya ada masalah keputusan pembelian yang terjadi di H&H café and Kitchen. Maka dari itu masalah tersebut harus segera di tangani.

Menurut Junia Farma dalam (Silalahi, 2024), harga merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran yang mempengaruhi penjualan produk. Seseorang berani membayar tinggi suatu produk dengan harga yang mahal apabila produk tersebut melebihi harapan (menilai kepuasan yang di harapkan terhadap suatu produk yang akan dibeli). Sebaliknya, apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah, maka dia akan bersedia untuk membeli produk dengan harga yang mahal. Berikut *survey* mengenai harga di di H&H café and Kitchen.

Tabel 1 .3 Hasil Tinjauan Awal Penelitian Harga

No	Pertanyaan	Jawaban responden			
		YA		Tidak	
		F	%	F	%
1.	Apakah harga produk H&H Café and Kitchen sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.	8	20,6%	26	79,4%

2.	Saya merasa harga di H&H Café and Kitchen kompetitif dibanding kedai kopi lain.	9	23,5%	25	76,4%
3.	Harga yang ditawarkan memengaruhi keputusan saya membeli kopi di H&H Café and Kitchen.	11	32,3%	23	55,8%
	Jumlah Responden	28	28%	74	72%

Sumber penelitian: 2025

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa keputusan pembelian H&H Café and Kitchen mengalami penurunan yang ditunjuk oleh jawaban dari 34 responden dengan rata-rata hasil survei presentase responden yang menjawab “Ya” adalah 28% dan yang menjawab “Tidak” 72% artinya ada masalah keputusan pembelian yang terjadi di H&H café and Kitchen. Maka dari itu masalah tersebut harus segera di tangani.

Selain harga, kualitas produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler and Amstrong (Malik*, 2022), kualitas produk adalah karakteristik dan atribut suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang tersurat maupun tersirat. Kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan, jadi akan lebih baik untuk mempertahankan kualitasnya Setiawan dalam (Lieyanto1, 2021)

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti melakukan prasurvei untuk mengetahui tingkat kualitas produk H&H café and Kitchen dengan menyebar pra kuesioner terhadap 34 responden yang pernah berkunjung ke H&H Café and Kitchen secara *random sampling*. Berikut pada tabel 1.4 hasil pra-survei yang di peroleh :

Tabel 1. 4 Hasil Tinjauan Awal Penelitian Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Jawaban responden			
		YA		Tidak	
		F	%	F	%
1.	Kualitas rasa kopi di H&H Coffee konsisten setiap kali saya membeli.	7	31,3%	27	55,3%
2.	Produk kopi H&H Coffee memiliki aroma dan cita rasa yang khas.	8	33,6%	26	66,5%
3.	Saya puas dengan kualitas keseluruhan dari produk H&H Coffee.	10	20,6%	24	79,4%
	Jumlah Responden	25	48%	77	52%

Sumber penelitian: 2025

Berdasarkan tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa keputusan pembelian H&H Café and Kitchen mengalami penurunan yang ditunjuk oleh jawaban dari 34 responden dengan rata-rata hasil survei presentase responden yang menjawab Ya adalah 48% dan yang menjawab Tidak 52% artinya ada masalah keputusan pembelian yang terjadi di H&H café and Kitchen. Maka dari itu masalah tersebut harus segera di tangani.

Berdasarkan latar belakang dan hasil pra-survei yang telah dikemukakan diatas, dapat dilihat terdapat kaitannya antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Maka peneliti dirasa perlu melakukan penelitian lebih spesifik dengan judul yang diambil yaitu **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada H&H Café and Kitchen”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka diidentifikasi masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Persaingan yang semakin ketat dengan kompetitor sejenis, menyebabkan jumlah pengunjung yang datang ke H&H Café and Kitchen, mengalami ketidakstabilan dan hampir menurun setiap bulannya.
2. Perang harga diantara produk kuliner sangat menguntungkan bagi konsumen. Harga H&H Café and Kitchen harus *kompetitif* dengan jenis produk yang sama, agar dapat bersaing.
3. Kualitas produk yang ditawarkan H&H Café and Kitchen perlu dievaluasi kembali untuk memastikan kesesuaian dengan ekspektasi konsumen dalam hal rasa, penyajian, serta konsistensi pelayanan.
4. Meskipun telah dilakukan kunjungan atau promosi oleh beberapa food *vlogger* atau influencer ke lokasi H&H Café and Kitchen, namun jumlah pengunjung tidak mengalami kenaikan yang signifikan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti membatasi penelitian ini pada :

1. Keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh banyak faktor, dalam penelitian ini hanya akan menggunakan *variabel*, yaitu harga dan kualitas produk.
2. Obyek penelitian adalah produk H&H Café and Kitchen pusat yang berlokasi di Jalan Pahlawan No.70, Neglasari, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40124
3. *Subyek* penelitian adalah pengunjung yang membeli produk H&H Café and Kitchen sendiri secara *random sampling*, yang akan dijadikan *sampel* dari populasi
4. Waktu penelitian mulai dari Maret – Agustus 2025

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi harga, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen pada H&H Café and Kitchen.
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada H&H Café and Kitchen.
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada H&H Café and Kitchen.
4. Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada H&H Café and Kitchen.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakannya penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi serta data yang akan digunakan dalam penyusunan penelitian ini, yaitu dengan mencari pengaruh dan mengkaji

pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada H&H Café and Kitchen, selain itu penelitian ini juga dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran dari Fakultas Ekonomi di Universitas sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan masalah yang telah di kemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini untuk :

1. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian pada produk H&H Café and Kitchen !
2. Mengukur pengaruh harga terhadap keputusan pembelian H&H Café and Kitchen !
3. Mengukur pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian H&H Café and Kitchen !
4. Mengukur pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian H&H Café and Kitchen !

1.6 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan secara teoritis dan praktis.

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bagian dari sebuah referensi dan pengembangan atau pengetahuan mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian pada H&H Café and Kitchen.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Diharapkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dijadikan masukan bagi Perusahaan agar mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk yang berhubungan dengan keputusan pembelian sehingga pihak perusahaan atau organisasi

dapat mempertimbangkan hasil penelitian ini untuk merumuskan dan menetapkan harga dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk H&H Café and Kitchen.

2. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat bermanfaat guna menambah wawasan tentang suatu bisnis kuliner.
3. Sebagai acuan referensi dalam mengembangkan teori-teori tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian untuk peneliti dengan teori teori terbaru dari sistematis yang dikaji dengan konsep yang sama.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di H&H Café And Kitchen, Jalan Pahlawan No.70, Neglasari, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40124 . Adapun waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhitung dari Maret 2025.

Tabel 1 .5 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan Penelitian					
		Maret 2025	April 2025	Mei 2025	Juni 2025	Juli 2025	Agustus 2025
1	Pengajuan Judul						
2	Penyusunan Bab 1						

3	Penyusunan Bab 2						
4	Penyusunan Bab 3						
5	Sidang UP						
6	Pengolahan Data						
7	Penyusunan Bab IV dan V						
8	Sidang Akhir						

Sumber : Data Diolah Penulis