

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Konsumen merupakan target sasaran bagi semua perusahaan yang menawarkan barang dan jasa. Produk yang ditawarkan diperlukan strategi yang digunakan oleh produsen dipasar untuk mendapatkan keseimbangan. Persaingan bisnis yang semakin tajam antar competitor yang terlibat langsung dipasar merupakan ancaman yang sering ditemui oleh perusahaan. Perusahaan-perusahaan saling berkompetisi untuk mendapatkan pangsa pasar, pelanggan dan keuntungan. Salah satu faktor yang memicu persaingan bisnis yaitu peningkatan konsumen yang pintar. konsumen yang modern memiliki akses yang lebih besar ke informasi melalui internet atau media sosial, mereka cenderung melakukan perbandingan produk dan mencari kesepakatan terbaik sebelum membuat keputusan pembelian. Banyaknya informasi serta masukan dari konsumen mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, maka informasi tersebut dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan.

Menurut Tjiptono (2020:22) keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku komsumen berupa tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Meithiana (2020:70) mengemukakan proses keputusan pembelian

konsumen terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai kepada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Keputusan pembelian menjadi suatu konsep pada perilaku pembeli yang mana konsumen menentukan untuk memilih atau melakukan suatu hal.

Berdasarkan pengertian menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen berupa tindakan terhadap dua pilihan atau lebih serta proses konsumen mengetahui permasalahan, mencari tahu produk tertentu untuk membeli atau tidak melakukan pembelian pada produk atau jasa tersebut. Jadi secara tidak langsung konsumen sangat erat hubungannya dengan keputusan pembelian.

Mengingat tingkat persaingan yang ketat, persaingan bisnis ini melibatkan upaya untuk memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin cerdas. Perusahaan harus terus berinovasi dan menciptakan nilai tambah untuk membedakan diri dari pesaing. Konsumen saat ini semakin cerdas dalam membandingkan harga diberbagai penyedia, mereka memiliki akses informasi yang luas untuk mengevaluasi kewajaran harga suatu produk atau bahkan promosi yang menarik agar menguntungkan bagi mereka. Konsumen kebanyakan akan mencari informasi tentang harga dan promosi suatu produk atau jasa tersebut sebelum berkunjung secara langsung ke tempatnya.

Pengusaha berusaha menciptakan produk untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan konsumen salah satunya adalah dalam industri kuliner, khususnya pada sektor kafe dan resto di kawasan wisata seperti Pangalengan Kabupaten Bandung,

mengalami peningkatan yang pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai tempat makan dan minum yang menawarkan konsep, menu, dan harga yang beragam.

Salah satu pelaku usaha yang turut meramaikan persaingan ini adalah AJ Coffee & Resto, yang dikenal dengan sajian minuman kopi dan aneka makanan ringan dalam suasana yang nyaman. Namun demikian, persaingan usaha yang semakin ketat menjadi tantangan serius bagi AJ Coffee & Resto. Banyaknya tempat nongkrong dan kedai kopi baru yang bermunculan di sekitar lokasi resto menyebabkan fluktuasi keputusan pembelian konsumen. Dalam situasi seperti ini, mempertahankan dan meningkatkan minat beli konsumen menjadi hal yang krusial agar perusahaan tetap dapat bertahan dan berkembang.

Asep selaku pemilik atau pendiri kafe ini mengatakan bahwa nama AJ Coffee diambil dari nama panggilannya yaitu AJO, yang kemudian disingkat menjadi AJ. Asep mengatakan jika kopi yang digunakan di AJ coffee adalah hasil dari pertaniannya sendiri, ia memiliki berbagai jenis kualitas kopi setiap panennya. Kualitas terbaik ia import ke negara Taiwan, kualitas B dikirim ke medan, lalu sisanya ia olah untuk konsumsi pribadi dan kafe.

Berdasarkan pengamatan awal yang telah peneliti lakukan pada AJ Coffee dan Resto mengungkapkan bahwa konsumen cenderung tidak melakukan pembelian ulang dan lebih memilih beralih ke kafe lain yang ada disekitar wilayah tersebut, ditemukan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan AJ Coffee dan Resto masih kurang jika dibandingkan dengan pesaing lain.

Fenomena ini menunjukan bahwa kualitas produk yang ditawarkan AJ Coffee dan Resto belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi konsumen. Beberapa faktor yang diamati seperti rasa dan penyajian menu yang kurang konsisten. Selain itu, persaingan yang cukup ketat dengan keberadaan berbagai kafe lain yang menawarkan konsep, produk serta pelayanan yang lebih responsive turut mempengaruhi preferensi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Menurut Hidayat (2021) Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang diperhatikan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang diberikan maka akan semakin tinggi juga tingkat keputusan pembeliannya. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dalam Meithiana Indrasari (2020:42) menyatakan bahwa harga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, ketika harga suatu produk tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen, maka konsumen dapat mengambil keputusan pembelian untuk tidak melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Berdasarkan pengamatan awal yang telah peneliti lakukan pada AJ Coffee dan Resto, selain masalah kualitas produk, peneliti juga mengidentifikasi adanya masalah pada kualitas pelayanan yang dialakukan oleh AJ Coffee dan Resto ini dirasa kurang oleh sebagian konsumen. Beberapa faktor yang diteliti seperti waktu pelayanan yang relatif lama, hingga kurangnya keramahan dari karyawan menjadi penyebab turunnya minat konsumen untuk membeli kembali.

Menurut Fauziah dalam Ibrahim and Ali (2024) menyatakan bahwa Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian. Kualitas layanan terdiri dari lima dimensi utama: keandalan, ketanggapan, kepastian, empati, dan wujud fisik (tangible). Kualitas layanan yang baik meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang.

Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan dapat menentukan puas atau tidaknya konsumen. Layanan yang baik seperti keramahan karyawan dan kecepatan respons dapat membangun hubungan yang kuat antara konsumen dan perusahaan. Pengalaman positif yang di rasakan konsumen memberikan nilai tambah psikologis, membuat konsumen lebih cenderung memilih dan kembali membeli dari perusahaan yang membelikan layanan memuaskan dibandingkan dengan perusahaan pesaing dengan produk serupa namun layanan yang kurang memuaskan.

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang telah dilakukan peneliti terhadap AJ coffee dan resto ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sehingga mengakibatkan ketidak stabilan dan penurunan penjualan. Berikut data penjualan AJ Coffe & Resto dalam periode 6 bulan terakhir:

Tabel 1.1
Data Penjualan AJ Coffe & Resto pada tahun 2025

No	Bulan	Penjualan (Porsi)	Penjualan (Rp)
1	Januari	749	63.337.000
2	Februari	688	56.580.000
3	Maret	846	67.440.000
4	April	782	60.996.000
5	Mei	719	56.082.000
6	Juni	673	51.821.000
Total		4.457	356.256.000

Sumber dan Data : AJ Coffe & Resto

Berdasarkan data penjualan pada tabel 1.1 menunjukan bahwa penjualan yang terjadi pada periode 3 bulan terakhir terlihat adanya fluktuasi, dimana setiap bulanya mengalami kenaikan dan penurunan penjualan. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya perusahaan dalam memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga konsumen menjadi lebih memilih untuk membeli di tempat lain.

Sebagai upaya memperkuat penelitian ini, peneliti membuat tinjauan awal yang dibagikan kepada 30 orang konsumen mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada AJ Coffee & Resto Di Pangalengan.

Tabel 1.2
Hasil tinjauan Awal Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Tanggapan		Rata-rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Konsumen akan membeli lagi produk yang ada di AJ Coffee & Resto	8	22	26,7%	73,3%
2	Konsumen akan merekomendasikan AJ Coffee & Resto kepada orang lain	9	21	30%	70%
TOTAL				38,3%	71,65%

Sumber data : Hasil Tinjauan Awal

Berdasarkan pada tabel 1.2 data tinjauan awal yang dilakukan kepada 30 responden dari dua pertanyaan yang diberikan responden menunjukkan 73,65% tidak setuju. Hal ini menunjukkan dalam kepuasan pembelian ada kemungkinan bahwa konsumen memiliki ketidaksesuaian setelah melakukan pembelian karena konsumen merasa tidak puas dengan produk yang disajikan dan pelayanan yang diberikan oleh AJ Coffee & Resto.

Tabel 1.3
Hasil tinjauan Awal Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Tanggapan		Rata-rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Rasa yang disajikan sangat enak	10	20	33,3%	66,7%
2	Menu AJ Coffee & Resto sangat beragam	11	19	36,7%	63,3%
3	Produk AJ Coffee & Resto disajikan dengan menarik	8	22	26,7%	73,3%
4	Produk tidak menggunakan bahan pengawet	9	21	30%	70%
TOTAL				31,7%	68,3%

Sumber data : Hasil Tinjauan Awal

Berdasarkan pada tabel 1.3 data tinjauan awal yang dilakukan kepada 30 responden diatas menunjukan pada variable pertama yaitu rasa yang disajikan sangat enak, responden menyatakan 33,3% setuju dan 66,7% tidak setuju. Pada variable kedua yaitu menu AJ Coffee & Resto sangat beragam, responden menyatakan 36,7% setuju dan 63,3% tidak setuju. Pada variabel ketiga yaitu produk AJ Coffee & Resto didajikan dengan menarik, responden menyatakan 26,7% setuju dan 73,3% tidak setuju. Pada variabel ke empat yaitu produk tidak menggunakan bahan pengawet, responden menyatakan 40% setuju dan 60% tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa produk dari AJ Coffee & Resto masih kurang dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Tabel 1.4
Hasil tinjauan Awal Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	Tanggapan		Rata-rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Karyawan AJ Coffee & Resto cepat tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen	6	24	20%	80%
2	Karyawan AJ Coffee & Resto sangat ramah, sabar dan bersikap sopan ketika melayani konsumen	12	18	40%	60%
3	Karyawan AJ Coffee & Resto berpenampilan rapi	14	16	46,7%	53,3%
4	Karyawan AJ Coffee & resto berkomunikasi dengan sangat baik kepada konsumen	8	22	26,7%	73,3%
TOTAL				33,3%	66,7%

Sumber data : Hasil Tinjauan Awal

Berdasarkan tabel 1.4 data tinjauan awal yang dilakukan kepada 30 responden diatas menunjukan pada variabel pertama yaitu karyawan AJ Coffee & Resto cepat tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen, responden menyatakan 20% setuju dan 80% tidak setuju. Pada variabel kedua yaitu karyawan AJ Coffee & Resto sangat ramah, sabar dan bersikap sopan ketika melayani konsumen, responden menyatakan 40% setuju dan 60% tidak setuju. Pada variabel ketiga yaitu karyawan AJ Coffee & Resto berpenampilan rapi, responden menyatakan 46,7%

setuju dan 53,3% tidak setuju. Pada variabel keempat yaitu karyawan AJ Coffee & Resto berkomunikasi dengan sangat baik kepada konsumen, responden menyatakan 26,7% setuju dan 73,3% tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan AJ Coffee & Resto masih kurang yang mengakibatkan konsumen merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan.

Dilihat dari tinjauan awal diatas bahwa konsumen tidak melakukan pembelian ulang karena kurang merasa puas pada kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan AJ Coffee & Resto Pangalengan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yg telah dikemukakan, maka dapat didefinisikan permasalahan sebagai berikut :

1. Persaingan yang semakin ketat dengan competitor sejenis, menyebabkan terjadinya ketidakstabilan dan penurunan penjualan pada AJ Coffee & Resto di Pangalengan Kabupaten Bandung.
2. Kualitas produk yang dijual AJ Coffee & Resto kurang konsisten dalam rasa dan produk, menu produk yang kurang beragam dan segi tampilan yang kurang menarik.
3. Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen AJ Coffee & Resto kurang cepat dan tanggap dalam melayani konsumen dan cukup lambat dalam menyajikan produknya.
4. Diduga adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian pada AJ coffee & Resto di Pangalengan Kabupaten Bandung.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penelitian membatsakna ruang lingkup penelitian ini hanya kepada pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian yang di batasi oleh:

1. Keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh banyak faktor, dalam penelitian ini hanya akan menggunakan 2 variabel, yaitu kualitas produk dan kualitas layanan.
2. Objek penelitian adalah AJ Coffee & Resto yang berlokasi di Jalan Pangalengan-Ciwidey, Pulosari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung 40378.
3. Unit penelitian ini adalah Konsumen AJ Coffee & Resto Pangalengan.

1.4 Rumusan Masalah

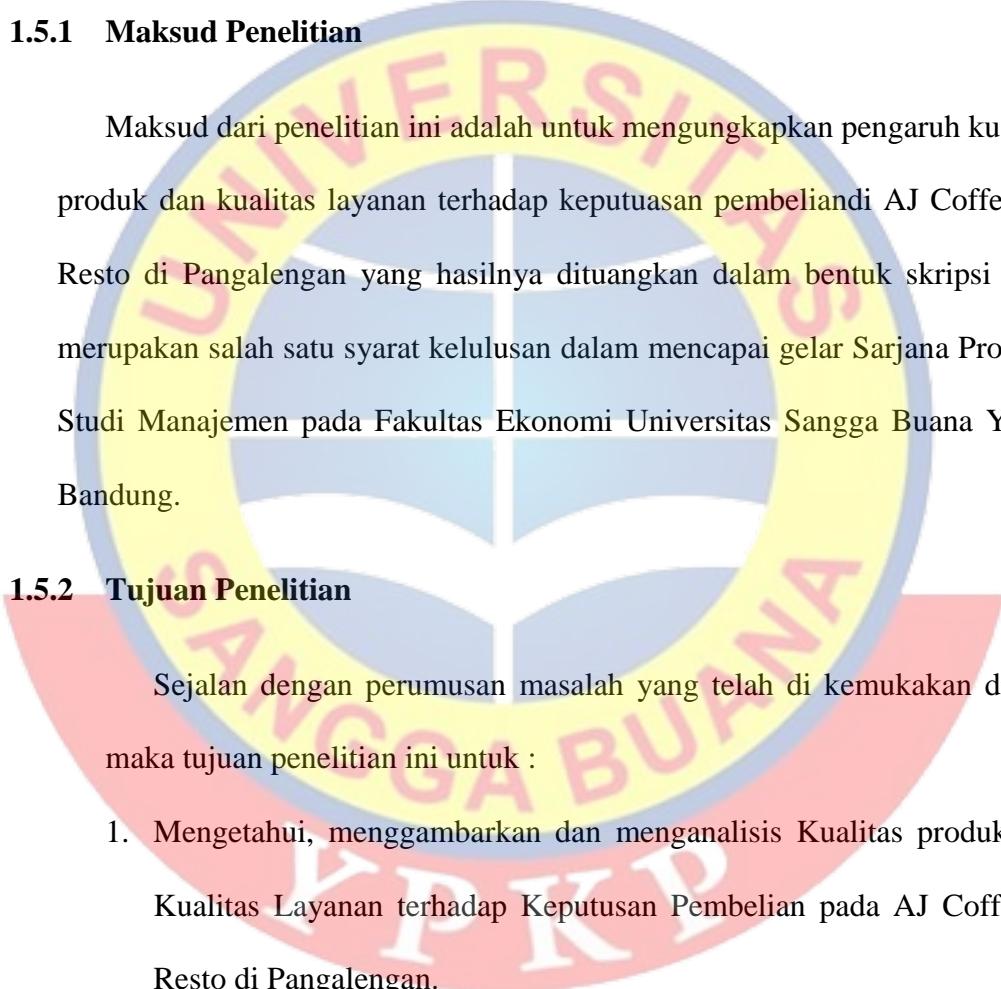
Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang di kemukakan maka dirumuskan permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk, kualitas layanan keputusan pembelian di AJ Coffee & Resto Pangalengan.
2. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di AJ Coffee & Resto Pangalengan.
3. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di AJ Coffee & Resto Pangalengan.

4. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di AJ Coffee & Resto Pangalengan baik secara parsial maupun simultan.

1.5 Maksud dan Tujuan

1.5.1 Maksud Penelitian



Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di AJ Coffeee & Resto di Pangalengan yang hasilnya dituangkan dalam bentuk skripsi yang merupakan salah satu syarat kelulusan dalam mencapai gelar Sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi 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, menggambarkan dan menganalisis Kualitas produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada AJ Coffee & Resto di Pangalengan.
2. Mengukur Pengaruh Kualitas produk dan Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian pada AJ Coffee & Resto di Pangalengan.
3. Mengukur Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada AJ Coffee & Resto di Pangalengan.

4. Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian pada AJ Coffee & Resto di Pangalengan.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi penulis

Melalui penelitian ini penulis mendapatkan wawasan dan gambaran bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan juga perbandingan untuk menganalisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi penulis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu penulis untuk memperoleh ilmu pengetahuan dan mengembangkan diri pada pengetahuan lain dari ilmu yang dipelajari.

2. Bagi perusahaan

Sebagai masukan dan kritikan terhadap perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan terhadap calon konsumen.

3. Bagi pengambilan keputusan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan dasar penelitian dan pertimbangan dalam kualitas produk, kualitas layanan dan pengambilan keputusan pembelian keputusan pembelian di masa yang akan datang.

4. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai referensi maupun bahan kajian bagi penelitian selanjutnya untuk instansi-instansi khususnya terkait kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipergunakan oleh peneliti sebagai bahan penelitian dan untuk memperoleh data adalah di AJ Coffee & Resto yang beralamat di Jl Pangalengan-Ciwidey, Pulosari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40378.

1.7.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilakukan terhitung dari bulan Januari 2025 sampai dengan Juni 2025.

Tabel 1.5
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan Penelitian	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Pengajuan Judul							
2	Perizinan Penelitian							
3	Konsultasi dan Penyusunan Proposal Penelitian							
4	Sidang Usulan Penelitian							
5	Tabulasi							
6	Sidang akhir							

Sumber data : peneliti 2025