

**PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI REPUBLIK DI KEL.
MANDING, KEC POLEWALI, KAB POLEWALI MANDAR**

WIDYA ASTUTI

A 0119357



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2024**

ABSTRAK

Widya Astuti, Pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian kopi republik di Kelurahan Manding, Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar dibimbing oleh **MUHAMMAD ARHIM** dan **FITRI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian kopi republik. Penelitian ini dirancang menggunakan metode kuantitatif, instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan dokumentasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : uji validitas, uji realibilitas uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi Lokasi penelitian ini dilaksanakan di cafe republik di Kelurahan Manding, Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar. Populasi dalam penelitian ini pengunjung yang membeli kopi republik dengan jumlah populasi tidak diketahui. Maka dalam penentuan sampel penelitian ini digunakan rumus *lemeshow*. Jumlah responden yang diperoleh sebesar 35. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa. Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas, Harga dan keputusan pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan produk unggulan di bidang perkebunan, produksi kopi Indonesia dinyatakan memiliki daya saing di pasar internasional. Permintaan terhadap suatu produk kopi dipengaruhi oleh adanya selera konsumen terhadap produk kopi. Berbagai macam produk kopi yang dijual di pasaran menyebabkan persaingan sesama produsen kopi sehingga bagi pemasar kopi perlu memahami perilaku konsumen untuk menyusun suatu strategi pemasaran dalam memperebutkan konsumen, yang artinya pemasar harus mengetahui apa saja yang dibutuhkan konsumen dan apa alasan yang mendorong konsumen mengonsumsi produk kopi (Nalurita *et al.* 2014)

Saat ini kopi tidak hanya dinikmati karena memiliki ciri khas yang nikmat, namun karena mampu menciptakan pengalaman serta telah menjadi *lifestyle* bagi penikmatnya, sejalan dengan meningkatnya jumlah penikmat kopi, angka pertumbuhan usaha kopi cenderung mengalami peningkatan. Oleh karena itu peluang ini dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar, dengan mengikuti trend yang sedang terjadi (Sukoco *et al.*, 2021)

Sulawesi merupakan salah satu daerah penghasil kopi di Indonesia. Pada tahun 2019 luas perkembangan kopi di Sulawesi mencapai 114 ribu hektar dan periode tahun 2011 hingga 2019. Sulawesi Barat menghasilkan 38.27 ribu ton perkembangan kopi dari tahun ke tahun semakin berkembang yang di tandai dengan perkembangan produksi serta jenis kopi yang dikembangkan. Peningkatan produksi tersebut dapat dicapai dengan adanya usaha peningkatan produktivitas tanaman per hektar (BPS, 2021)

Tabel 1.1 Menurut data BPS Provinsi Sulawesi Barat Produksi dan produktivitas kopi dari tahun 2020-2021 seperti pada tabel berikut:

Kabupaten dan provinsi	Luas areal (Ha)		Jumlah produksi (ton)		Produktivitas (kg/ha)	
	2020	20 21	2020	2021	2020	2021
Majene	413	413	219	244	530,27	591,89
Polewali Mandar	1035	1003	822	794	794,43	791,24
Mamasa	4609	4976	3203	3487	694,94	700,80
Mamuju	262	255	133	136	518,26	522,25
Pasangkayu	3	3	2	2	626,67	783,33
Mamuju Tengah	23	21	10	14	608,70	487,80
Sulawesi Baarat	6345	6671	4396	4671	3773,27	3877,31

Data BPS Sulawesi Barat 2020-2021

Pada tabel 1.1 terdapat data produksi dan produktivitas kopi di Sulawesi Barat pada setiap kabupaten rata-rata mengalami peningkatan, hanya pada kabupaten Polewali Mandar sedikit mengalami penurunan dari 822 ton pada tahun 2020 menjadi 794 ton pada tahun 2021. Meskipun mengalami penurunan jumlah produktivitas kopi di Polewali Mandar lebih tinggi dari kabupaten lainnya dapat dilihat dari banyaknya usaha kopi di Polewali Mandar yang terus bermunculan salah satunya yaitu kafe kopi republik.

Adapun jenis kualitas kopi yang menjadi favorit para konsumen ialah kopi Arabika yang memiliki kualitas biji kopi yang baik dan memiliki aroma yang kuat dan khas, memiliki rasa yang sedikit asam, rasa kental di mulut, pahit dan juga memiliki tekstur lebih halus dari Mamasa yang menjadi kopi terbaik

Kafe republik adalah Usaha kopi yang terletak di kelurahan Manding kecamatan Polewali, kabupaten Polewali Mandar. Kafe ini menyediakan kopi dengan berbagai varian rasa. Kafe republik banyak diminati masyarakat khususnya di kalangan remaja dan dewasa yang menjadi pelanggan atau konsumen. Berikut data penjualan Kafe republik:

Tabel 1.2 Data Penjualan Kafe Republik pada Tahun 2023

No	Nama Menu	Harga (Rp)			
			Jan	Feb	Mar
1	Affogato	Rp. 21.000	3.150.000	3.633.000	2.709.000
2	Moccacino	Rp.12.000	1.440.000	6.72.000	1.440.000
3	Espresso	Rp.15.000	1.350.000	1.335.000	2.850.000
4	Espresso Bonbon	Rp.20.000	4.620.000	2.000.000	640.000
5	Kopi Aren	Rp.16.000	3.510.000	4.815.000	4.860.000
6	Kopi Smooth	Rp.17.000	2.091.000	3.621.000	3.774.000
7	Cappuccino	Rp.15.000	1.600.000	2.000.000	1.900.000
8	Americano	Rp.18.000	3.600.000	1.602.000	4.608.000
9	Kopi Susu	Rp.15.000	4.815.000	1.500.000	3.180.000
10	Kopi hitam	Rp.20.000	4.000.000	6.800.000	4.820.000
11	Es Kopi Blend Republik	Rp.20.000	5.120.000	1.600.000	5.136.000
12	Es Kopi Hazelnut	Rp.20.000	1.780.000	1.900.000	2.000.000
13	Es Kopi Pandan	Rp. 19.000	1.691.000	2.299.000	798.000

Sumber: *Kopi republik 2023*

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa penjualan di kafe republik mengalami fluktuasi setiap bulannya yang diakibatkan oleh banyaknya pesaing. Adapun menu kopi “beseler” di kafe republik yang dianggap memiliki kandungan kafein yang tinggi yaitu Es kopi blend republik, Espresso bonbon dan Affogato. Perbandingan penjualan yang cenderung menurun menunjukkan keputusan pembelian pelanggan yang berkurang. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kualitas dan harga. Beberapa konsumen menyatakan bahwa kopi yang disajikan memiliki tingkat keasaman . Pelanggan mungkin akan menganggapnya sebagai nilai buruk dan kemudian akan mengurangi konsumsi terhadap produk tersebut,

Selain itu, konsumen dari kafe republik yang sebagian besar mahasiswa merasa bahwa harga yang ditawarkan kurang terjangkau, sehingga banyak konsumen yang lebih memilih kedai kopi lain. Harga yang merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam penjualan, untuk mengetahui harga yang cocok untuk konsumen usaha kopi republik harus melakukan riset yang lebih mendalam agar mampu menentukan harga yang sesuai dengan konsumen. Konsumen menggunakan harga sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pembelian produk atau tidak.

Berdasarkan uraian diatas maka penting melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian kopi republik di Kelurahan Manding, Kecamatan Polewali Mandar, Kabupaten Polewali Mandar.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian kopi republik di Kel Manding, Kec Polewali, Kab Polewali Mandar?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian kopi republik di Kel Manding, Kec Polewali, Kab Polewali Mandar?
3. Bagaimana pengaruh kualitas dan Harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian kopi republik di Kel Manding, Kec Polewali, Kab Polewali Mandar?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian kopi republik di Kel Manding, Kec Polewali, Kab Polewali Mandar
2. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian kopi republik di Kel Manding, Kec Polewali, Kab Polewali Mandar
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas dan Harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian kopi republik di Kel Manding, Kec Polewali, Kab Polewali Mandar

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat dicapai setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi, penelitian ini di harapkan menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi aktivitas akademik khususnya pada studi Agribisnis
2. Bagi Peneliti, menambah wawasan peneliti dan wawasan bagi pembaca di bidang Agribisnis khususnya mengenai kualitas harga dan keputusan

pembelian kopi republik dan menjadi literatur untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis.

3. Bagi Usaha UMKM, menjadi masukan yang bermanfaat bagi pelaku usaha kopi untuk dijadikan sebagai pedoman dalam peningkatan usahanya
4. Bagi Pemerintah, memberikan pertimbangan dalam mengambil kebijakan berdasarkan data dan hasil peneliti yang dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kopi

Kopi (*coffea sp.*) adalah tanaman tropis yang banyak di Indonesia. Kopi berasal dari negara Afrika yaitu daerah pergunungan Ethiopia (Fregulia, 2019). tanaman kopi berasal dari daerah asal kopi tersebut, yakni Yaman, juga dikembangkan oleh pengusaha Arab (Huch dan Franz, 2015). kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis yang lumayan tinggi. Kopi berasal dari afrika, yaitu daerah pergunungan di Etopia. Namun, kopi sendiri baru di kenal oleh masyarakat dunia setelah tanaman tersebut dikembangkan diluar daerah asalnya, yaitu yaman dibagian selatan Arab (Hamni.A, 2013). Kopi adalah jenis minuman yang penting bagi sebagian masyarakat di seluruh dunia bukan hanya karena kenikmatan konsumen peminum kopi namun juga karena nilai ekonomis bagi negara-negara yang memproduksi dan mengekspor biji-biji kopi

1. Potensi pengembangan usaha kopi

Potensi berasal dari bahasa latin yaitu *potential* yang artinya kemampuan, potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk di kembangkan. potensi dalam pengembangan usaha kopi terdapat beberapa faktor (Wibowo,2019) yaitu:

- a. Lokasi strategis, memilih lokasi yang ramai dan mudah diakses dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik pelanggan potensial.
- b. Kualitas biji kopi, kualitas biji kopi yang tinggi akan mempengaruhi cita rasa produk akhir dan memberikan daya tarik kepada pelanggan yang mencari pengalaman kopi yang baik
- c. Inovasi menu, menawarkan beragam pilihan menu kopi dengan variasi rasa, sajian, dan gaya minum dapat memikat berbagai segmen pasar.
- d. Pemasaran kreatif, menggunakan strategi pemasaran yang kreatif, seperti media sosial atau kerja sama dengan influencer, dapat meningkatkan kehadiran merek dan menarik pelanggan baru

- e. Kenyamanan tempat, ruang yang cocok nyaman, estetik, dan cocok untuk beristirahat atau bekerja dapat membuat pelanggan ingin membeli
- f. Harga yang kompetitif, menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas dan segmen pasar dapat mempengaruhi daya saing usaha anda.

2. UMKM Pengusaha kopi

Walau peluang pengembangan usaha kopi dengan pola *kluster* terbuka luas secara lokal maupun internasional, namun dukungan pemerintah daerah secara penuh sangat diharapkan, bagaimanapun, pada tingkat UMKM agar proses produksi usaha kopi dapat berjalan dengan baik. Pada dasarnya hambatan dan masalah yang sering dialami oleh para pengusaha UMKM dalam mengembangkan adalah masalah finansial. Tabungan dalam bukunya yang berjudul usaha kecil dan mengena di indonesia beberapa isu penting tambunan, yang menyebutkan bahwa ada dua masalah utama dalam aspek finansial para usaha kecil yaitu mobilitas modal awal dan akses ke modal kerja dan finansial jangka panjang. modal awal biasanya bersumber dari tabungan pribadi para pengusaha kecil. Sedangkan modal kerja dan finansial jangka panjang diperoleh dari pinjaman kredit (*lestingn* SE2016). Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai UMKM pengusaha kopi:

- a. Skala usaha, UMKM pengusaha kopi adalah bisnis kopi yang tidak besar dalam hal skala produksi, distribusi, dan omzet nya. Biasanya beroperasi dalam lingkup lokal atau regional
- b. Produk dan layanan, UMKM ini dapat berupa kedai kopi atau kafe kecil yang menyajikan berbagai jenis kopi seperti espresso, cappuccino, latte, dan kopi manual lainnya.
- c. Pengalaman pelanggan, salah satu fokus utama UMKM pengusaha kopi adalah menciptakan pengalaman yang nyaman dan menarik bagi pelanggan. Ini melibatkan penata interior yang menarik, pilihan musik yang tepat, dan pelayanan yang ramah.
- d. Kualitas produk, UMKM umumnya mengedepankan kualitas biji kopi yang digunakan. Pengusaha kopi sering berusaha mencari biji kopi berkualitas tinggi dan memastikan proses pemanggangan (*roasting*) yang baik untuk menghasilkan cita rasa yang lezat.

2.2 Jenis- Jenis Kopi

Jenis kopi yang banyak dibudidayakan yakni kopi arabika (*coffea arabika*) dan robusta (*coffea anephora*). Sementara itu ada juga jenis *coffea liberika* dan *coffea engensis* yang merupakan perkembangan dari jenis robusta

1. Arabika

Nama ilmiah kopi arabika adalah *coffea arabia*. Carl Linnaeus, ahli botani asal Swedia menggolongkannya ke dalam keluarga *Rubiaceae* genus *coffea* sebelumnya tanaman ini sempat diidentifikasi sebagai *Jasminum carabium* oleh seorang naturalis asal Prancis. Kopi arabika diduga sebagai spesies hibrida hasil persilangan dari *coffea eugenicoides* dan *coffea anaphora* (Hamni, A, 2013)

Berikut ciri-ciri kopi arabika:

- a. Aromanya wangi sedap mirip penampuran bunga dan buah. Hidup di daerah yang sejuk dan dingin
- b. Memiliki rasa asam yang tidak dimiliki oleh kopi jenis robusta
- c. Memiliki bodi atau rasa kental saat disesap di mulut.
- d. Rasa kopi arabika lebih mild atau halus. Kopi arabika juga dikenal pahit.

2. Robusta

Kopi robusta ditemukan pertama kali di Kongo pada tahun 1898 oleh ahli botani dari Belgia. Robusta merupakan tanaman asli Afrika yang meliputi daerah Kongo, Sudan, Liberia, dan Uganda. Robusta mulai dikembangkan secara besar-besaran di awal abad ke-20 oleh pemerintahan kolonial Belanda di Indonesia. Kopi jenis ini memiliki sifat lebih unggul dan sangat cepat berkembang, oleh karena itu jenis ini lebih banyak dibudidayakan oleh petani kopi di Indonesia. Kopi robusta yang bermutu baik berasal dari buah kopi petik merah, bernas, dan sehat. Panen buah merah memberikan beberapa keuntungan dibandingkan panen buah hijau (muda) antara lain mudah diproses, rendemen hasil tinggi, waktu pengeringan cepat, mutu fisik dan citarasa baik. Buah merah memiliki kulit yang mudah terkelupas ketika digiling, memiliki perbandingan berat biji kopi beras per berat buah segar tinggi, telah sampai pada kematangan fisiologi optimum dan berkualitas. Buah kopi yang telah dipanen harus segera diolah, penundaan waktu pengolahan akan menyebabkan penurunan mutu secara nyata (Febrianto, 2018)

Berikut ciri-ciri kopi robusta:

- a. Biji kopi robusta cenderung bulat dan berukuran kecil.
- b. Salah satu ciri khas dari kopi robusta adalah rasa pahit dan tajamnya.
- c. Jenis kopi ini mempunyai tingkat keasaman yang jauh lebih rendah dibandingkan kopi arabika
- d. Kadungan gula pada kopi robusta juga lebih rendah dua kali lipat dari pada kopi arabika

2.3 Standarisasi Kualitas Produk

Menurut (Kotler & Keller, 2016) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang di inginkan pelanggan. Kualitas produk merupakan suatu bentuk dari kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan identitas, ciri khas, serta pembeda pada setiap produknya dengan produk lain sehingga konsumen dapat mengenal produk tersebut.

Kualitas kopi sangat mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen yang merupakan fungsi persepsi dan harapan, pelanggan tidak akan puas jika kinerja berada dibawah harapan mereka. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan rasional hasilnya adalah loyalitas pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan adalah sebagai perasaan senang yang diperoleh melalui pengorbanan, kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi (harapan) dalam menentukan kualitas kopi jika performannya kurang dari ekspektasi konsumen akan merasa tidak puas. Kualitas kopi yang baik menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan ini mempengaruhi loyalitas konsumen. Pelanggan puas apabila produk yang di konsumsi berkualitas (Amin et al.,2020)

Berikut ada beberapa indikator kualitas kopi:

1. Aroma

Aroma biji kopi yang segar, khas, dan kuat adalah tanda kualitas. Aroma bisa beragam, seperti buah-buahan, bunga, atau rempah-rempah

2. Rasa

Rasa kopi mencakup profil rasa yang meliputi keasaman, manis, pahit, dan tekstur. Kopi yang berkualitas memiliki keseimbangan yang baik antara aspek-aspek ini dan memberikan rasa yang kaya dan memuaskan.

3. Biji kopi

Biji kopi yang berkualitas adalah yang matang, utuh, dan tidak cacat. Cacat seperti biji yang teroksidasi, berjamur, atau terkontaminasi akan memengaruhi kualitas akhir kopi

4. Asal kopi

Asal kopi, termasuk wilayah geografis dan kondisi tubuh, dapat berdampak besar pada kualitas kopi. Kopi yang ditanam di wilayah tertentu dapat memiliki profil rasa yang unik.

2.4 Harga

Harga merupakan salah satu atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk pangan jika harga yang ditawarkan sesuai keinginan konsumen maka konsumen kemungkinan akan melakukan proses pembelian ulang. Hal ini menunjukkan dengan semakin terjangkau harga yang ditawarkan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen (Mangifera, *et al.*, 2018).

Kotler *et.al.*,(2014) menjelaskan ada empat indikator harga:

1. Keterjangkauan harga

Konsumen dapat menjangkau harga yang ditetapkan perusahaan, produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal, dengan harga yang ditetapkan para konsumen yang banyak membeli

2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga sesuai produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, masyarakat sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka

melihat harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi masyarakat cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasa manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan beranggapan dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

2.5 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan dan penggunaan barang atau jasa (Laundon dan Bitta dalam Marbun, et.al.,2014) produsen perlu untuk memahami perilaku dan mengenal konsumennya agar produsen mampu untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh konsumen dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Pemahaman terhadap perilaku konsumen akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan serta keputusan pembelian konsumen. Jika produk yang ditawarkan telah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen maka konsumen akan membangun nilai tambah tambah (*value*) terhadap produk tersebut secara mandiri

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologi (Nugroho,2013). Faktor budaya, memiliki pengaruh terluas dan terdalam dalam perilaku konsumen. Karena, setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya dan pengaruh budaya pada perilaku konsumen sangat beragam dari satu negara ke negara lain. Perilaku konsumen juga di pengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status yang melingkupi konsumen tersebut. Kelompok adalah dua atau lebih sekelompok orang yang berinteraksi untuk memenuhi tujuan individu atau tujuan bersama.

2.6 Keputusan Pembelian

Keputusan membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan hidup ada pada diri konsumen. Menurut (Kotler dan Keller 2014) keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk. Untuk sampai ke tahap pembelian, terhadap langkah-langkah dalam proses pembelian dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Pengenalan Kebutuhan

Tahap pengenalan kebutuhan yaitu tahap pertama proses pengambilan keputusan dimana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal

2. Pencarian Informasi.

Pencarian informasi yaitu tahap proses pengambilan keputusan dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi. Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak.

3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam satu susunan pilihan.

4. Perilaku Pasca Pembelian

Perilaku pasca pembelian ini merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan. Perilaku membeli sangat berbeda untuk setiap produk.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian, selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang masih terkait dengan penelitian ini.

Menurut Saputra, (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Kopi Lada Hitam Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Keputusan Konsumen”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian studi kasus kopi lada hitam di Warung Bubuk kopi Bang Azis, Harga, Kualitas produk dan keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen studi kasus kopi lada hitam di warung Bubuk Kopi Bang Azis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini secara *accidental sampling* dengan sampel berjumlah 100 responden.

Penelitian yang dilakukan oleh Herlambang (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada surya coffee di kota purwodadi)” Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif , Tekni pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan sampel berjumlah 96 responden.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayatulloh (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Suryamas Sport Ponorogo”. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 49 responden. Dengan menggunakan *Accidental Sampling* instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan dokumentasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

2.8 Kerangka Pemikiran

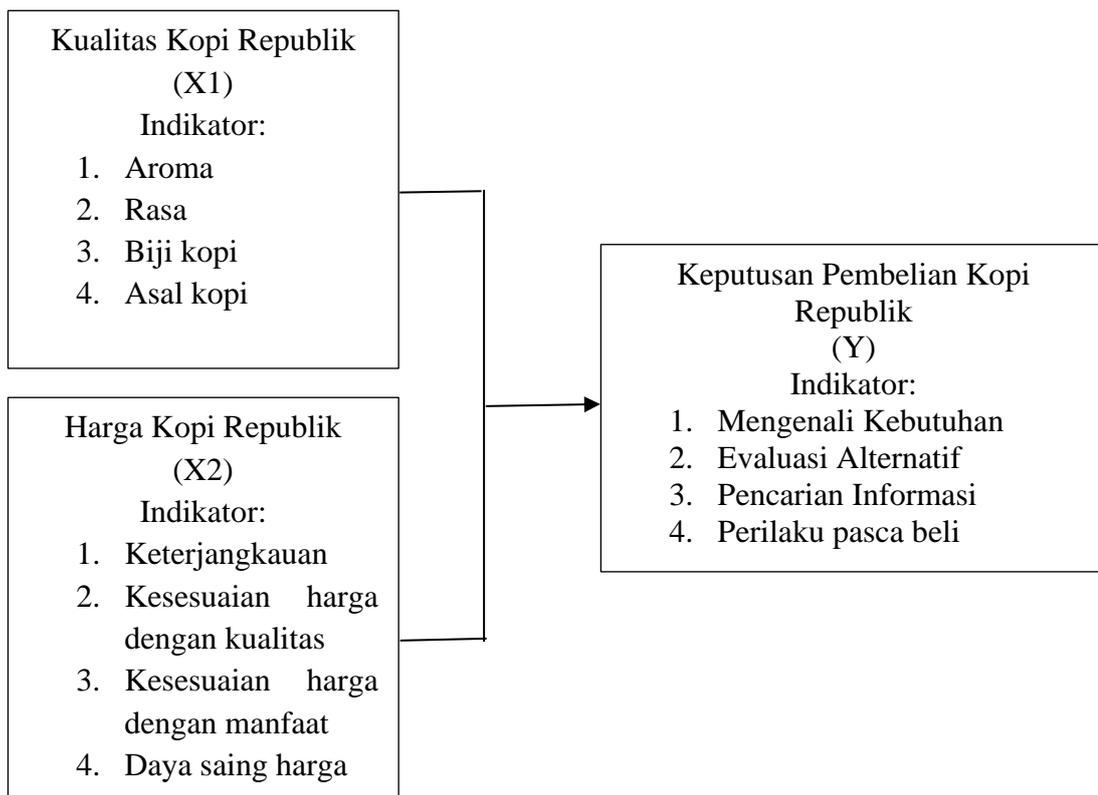
Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk menggambarkan paradigma peneliti sebagai jawaban atas masalah penelitian. Kerangka penelitian dalam penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu (kualitas dan harga) yang mempengaruhi variabel terikat yaitu (keputusan pembelian) Peneliti dalam penelitian ini ingin melihat pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian kopi republik, sehingga dengan adanya kedua hal tersebut akan mendorong pelanggan atau pembeli memutuskan pembelian kopi republik.

Variabel X1 dalam penelitian ini yaitu kualitas kopi republik, merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan pengertian-pengertian mengenai kualitas yang telah di jelaskan sebelumnya oleh berbagai sumber, maka peneliti menyimpulkan bahwa kualitas kopi republik adalah kecocokan produk untuk digunakan oleh konsumen dan seberapa besar kegunaan produk tersebut dalam memuaskan hati konsumen.

Variabel X2 dalam penelitian ini adalah harga kopi republik, merupakan nilai yang ditukarkan untuk mendapatkan barang yang di inginkan konsumen. Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Peneliti menyimpulkan keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembeli produk, serta mengkonsumsinya. Terhadap beberapa pilihan alternatif dalam mengambil keputusan pembelian pembelian, dengan kata lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian atau tidak.

Berdasarkan uraian landasan teori diatas dalam tinjauan teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka model kerangka pikir yang digunakan untuk memudahkan pemahaman konsep yang digunakan sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Untuk menjawab hipotesis yang penulis kemukakan di atas, maka variabel-variabel yang digunakan sebagai berikut:

1. Variabel terikat (*Dependent Variable*) yaitu:
 - Keputusan pembelian (Y)
2. Variabel bebas (*Independent variable*) yaitu:
 - 1) Kualitas terhadap produk (X₁)
 - 2) Harga produk (X₂)

2.9 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang menggambarkan atau memperediksi hubungan antara dua variabel atau lebih, dimana kebenaran hubungan tunduk pada kemungkinan penyimpanan dari kebenaran (Sanusi, 2011). Maka Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀ :Tidak ada pengaruh signifikan kualitas terhadap Keputusan Pembelian Kopi Republik

H₁: Kualitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Republik

H₀ :Tidak ada pengaruh signifikan harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Republik

H₂ : Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Republik

H₀ :Tidak ada pengaruh signifikan kualitas dan harga secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Kopi Republik

H₃ :Kualitas dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Republik

DAFTAR PUSTAKA

- Amin et al & Andry (2020) Consumers' perceptions and willingness to pay (WTP) organic rice journal of critical reviews
- Badan Pusat Statistik. Luas Tanaman Perkebunan Menurut Provinsi (ribu hektar). (2011-2019)
- BPS. (2021). Statistik Indonesia: Statistical yearbook of indonesia 2022.
- BPS. Sulawesi Barat (2021). Provinsi Sulawesi Barat dalam Jumlah Produksi dan Produktivitas.
- Damayanti, I. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Kemasan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Teh Celup Tong Tjiu Di Kota Surakarta.
- Dede Aprisal. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Great Store Clothing Samarinda)". eJournal Administrasi Bisnis, vol. 5, No. 3, Hlm815- 2018, Issn 2355-5408.
- Demura, et al & Takano, Y. (2013). New Member of BiS2-Based Superconductor NdO_{1-x}F_xBiS₂. *Journal of the Physical Society of Japan*, 82(3), 033708.
- Demura, S., (2013). Gender Differences in Coffee Consumption and Its Effects in Young People. *Food and Nutrition Sciences*, 04(07), 748–757. <https://doi.org/10.4236/fns.2013.47096>
- Febrianto, K., & Ramanda, M. P. A. D. (2018). Perbedaan Ukuran Partikel Dan Teknik Penyeduhan Kopi Terhadap Persepsi Multi sensoris: Tinjauan Pustaka. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 6(1).
- Fregulia, J.M. 2019. A Rich and Tantalizing Brew: A History of How Coffee Connected the World. The University of Arkansas Press. Fayetteville. USA.
- Ghozali, F. (2013). Pengaruh Return On Asset (ROA), Earning Per Share (EPS), dan Debt To Equity Ratio (DER) terhadap harga saham (studi pada perusahaan properti yang listing di bursa efek Indonesia tahun 2007-2011). *Skripsi Sarjana. Malang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Ghozali, I. (2016). Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya.

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Update PLS Regresi*, Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hamni, A. (2013). Rancang Bangun dan Unjuk Kerja Mesin Pengupas Kulit Biji Kopi Basah Sistem Rol Karet yang Produktif dan Ergonomic. *MECHANICAL*, 4(2).
- Herlambang Perwira Dava Esa (2022) *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Surya Coffe Di Kota Purwodadi)*
- Hidayat, (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian masker wajah mustika ratu (Studi Kasus pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 107-115.
- Hidayatulloh Syarifuddin Fuad (2020) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Suryamas Sport Ponorogo*
- Huch, M., Franz, C.M.A.P. 2015. *Advanced in Fermented Food and Beverage*. Elsevier Ltd. Berlin. Germany. *Formulasi dan Karakterisasi Kopi Robusta Specialty dan Gula Kelapa Kristal untuk Meningkatkan Mutu Kopi Robusta Lokal*
- Indra Ade Irawan. (2021) “Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi” *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 7, No. 1, April 2021.
- Jeffrey Soetanto (2017) *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial Di Semarang*
- Kotler Keller. (2014). *Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran*. Edisi Keempat. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2014). *Principle of Marketing*. 14 Edition. England : Pearson Education, Inc
- Mangifera, L., Isa, M., & Wajdi, M. F. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Wisata Alam Kemuning. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 20(1), 18-23.

- Marbun, I.I. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kopi Luwak Bermerek Di Kota Medan. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Nalurita, *et.al* & Jahroh, S. (2014). Analisis Daya saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2(1), 63-74. Diakses dari <https://doi.org/10.29244/jai.2014.2.1.63-74>.
- Novita, C. (2018). *Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Eceran & Grosir Di Desa Hessa Air Genting Kec. Air Batu Kab. Asahan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Nugroho J. Setiadi. 2013. Perilaku Konsumen. Jakarta : Kencana Perdana Media Grup.
- Permatasari, (2014). Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Kopi Coffee Toffee [thesis]. Studi Kasus di Coffee Toffee Cabang Rangkut (Kota Surabaya, Jawa Timur). Universitas Brawijaya.
- Pramitha (2016). Analisis Kesesuaian Visi, Misi, Tujuan dan Kurikulum Prodi Pendidikan Agama Islam Pascasarjana IAIN Lhokseumawe dan IAIN Curup. *Al-Mudarris (Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam)*, 3(2), 125-148.
- Prasetyo, E. (2017). Sistem informasi dokumentasi dan kearsipan berbasis client-server pada bank Sumsel babel cabang Sekayu. *Jurnal TIPS: Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer Politeknik Sekayu*, 7(2), 1-10.
- Sanusi, Anwar. (2011). Metodologi Penelitian Bisnis. Salemba Empat, Jakarta.
- Sanusi,A.(2014). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra Eko Desta (2021) *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Kopi Lada Hitam Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Konsumen*
- Saputra, R. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekan baru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Setyani, (2018). Evaluasi nilai cacat dan citarasa kopi robusta (*Coffea canephore* L.) yang diproduksi IKM kopi di Kabupaten Tanggamu. *Jurnal Teknologi & Industri Hasil Pertanian*, 23(2), 103-114. <https://doi.org/10.23960/jtihp.v23i2.103-114>

- Sopiah (2013). Faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek Nike di kota medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sukoco, I. (2021). Penerapan Design Thinking pada Sayu box. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 12(1), 70-83.
- Sumarwan U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi 2*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Wachdijono, et. al (2019). Analisis Preferensi Konsumen Kopi di Lingkungan Akademik Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Agroeconomic*, 8(2), 181-193. *Warta Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Indonesia*, 21(2), 16–23
- Wibowo, A. (2019). *Potensi dan Tantangan Kopi di Era Millennial*.
- Yoga A Mustika. (2023) *Pengembangan modul sumber daya alam menggunakan model Discovery Learning untuk menumbuhkan kemampuan berpikir kritis siswa kelas IV SD*. Skripsi thesis, Sonata Dharma University.

RIWAYAT HIDUP



Widya Astuti, lahir di Majene, pada tanggal 15 September 2021. Anak ke tiga dari enam bersaudara, anak dari pasangan suami-istri Bapak Muh. Saleh dan Ibu ST Mardawiyah yang bertempat tinggal di Pasangkayu Kecamatan Pasangkayu, Kabupaten Pasangkayu. Penulis pertama kali menempuh pendidikan pada tahun 2007 di SD Impres Tanjung Babia dan lulus di tahun 2013. Penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 01 Pasangkayu dan lulus di tahun 2016, ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 01 Pasangkayu mengambil jurusan IPA dan lulus 2019. Penulis terdaftar sebagai mahasiswi di Universitas Sulawesi Barat jurusan Agribisnis melalui jalur SBMPTN di tahun 2019.

Penulis aktif berkecimpung dalam organisasi Pik-r SMA Negeri 01 pasangkayu masa jabatan 2016-2017 penulis juga aktif mengikuti kegiatan himpunan jurusan HIMAGRI UNSULBAR periode 2020-2022.

Untuk memperoleh gelar sarjana pertanian. Penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan usaha dan ketekunan serta do'a dan bantuan orang tua tercinta dan orang-orang di sekitar penulis semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan khususnya di bidang sosial ekonomi pertanian. Penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Republik Di Kelurahan Manding Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar”**.