

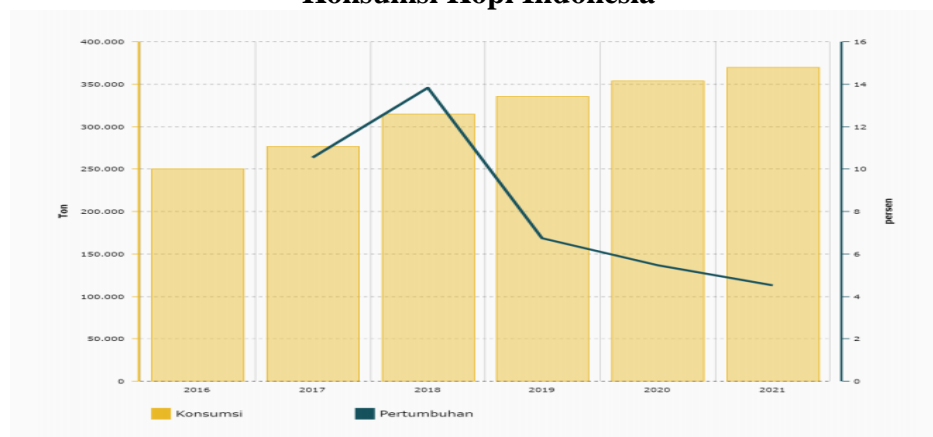
## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Karena rasa dan aromanya, kopi menjadi minuman yang disukai oleh masyarakat Indonesia. Minuman ini banyak peminatnya, termasuk orang tua, orang dewasa, remaja hingga anak-anak yang minum kopi. Kini kopi tidak hanya sekedar dikonsumsi untuk menambah semangat atau mengatasi kantuk, tetapi meminum kopi sekarang sudah menjadi tradisi terutama di pagi hari yang menjadi kebiasaan masyarakat pada setiap harinya. Kebiasaan konsumsi minuman kopi saat ini sudah berbeda dengan dulu, dimana orang minum kopi itu di setiap waktu tidak hanya di pagi hari saja, tetapi minum kopi sudah dianggap sebagai minuman utama bukan hanya sebagai minuman pelengkap saja tetapi terlebih bagi para pecandu kopi (Kusumaningrum & Supradewi, 2019). Oleh karena itu, kini kopi dapat ditemukan diberbagai tempat, dimulai dari kafe sampai ke warung-warung pinggir jalan dengan harga yang sangat bervariasi.

**Grafik 1.1**  
**Konsumsi Kopi Indonesia**



Sumber : Kementerian Pertanian, 2021

Berdasarkan grafik 1.1, setiap tahunnya di Indonesia jumlah konsumsi kopi meningkat. Hingga ditahun 2021 konsumsi kopi mencapai 369.886 ton. Namun, dengan banyaknya produk kopi yang tersedia di pasaran menyebabkan konsumen lebih selektif didalam pemilihan produk minuman kopi yang hendak dikonsumsi. Hal tersebut mengakibatkan produsen kopi saling berlomba untuk meningkatkan penjualannya dengan menyediakan produk kopi sesuai dengan cita rasa orang Indonesia yang tentunya dengan kualitas baik dan harga yang mudah dijangkau. Saat ini, tidak sedikit merek kopi bermunculan dengan berbagai varian rasa serta harga, jadi para konsumen sekarang memiliki berbagai pilihan.

Meminum kopi sudah menjadi gaya hidup sebelum beraktivitas maupun sesudah melakukan aktivitas. Begitu juga dengan penduduk di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono yang mayoritas penduduknya meluangkan waktunya untuk meminum kopi. Saat ini banyak sekali jenis kopi sachet yang tersedia, sehingga konsumen dengan mudah untuk memilih sesuai dengan produk yang mereka minati. Salah satu perusahaan kopi yang sukses memproduksi kopi sachet yaitu PT Santos Jaya Abadi dengan merek produk andalannya yaitu “Kopi Kapal Api”.

Kopi Kapal Api menjadi salah satu jenis kopi sachet bubuk berampas yang bersaing untuk tetap populer di pasaran. Kopi Kapal Api sudah beredar cukup lama, dapat dikatakan di Indonesia Kopi Kapal Api merupakan merek kopi berampas yang langsung diterima oleh konsumen. Selain itu, hingga saat ini Kopi Kapal Api banyak diminati masyarakat karena menawarkan berbagai jenis minuman kopi antara lain kopi hitam, white coffee dan kopi susu serta terbuat dari campuran biji kopi pilihan Robusta dan Arabika.

Sebelum merencanakan pemasaran produknya, suatu perusahaan perlu mengidentifikasi pelanggan guna untuk menerapkan strategi yang nanti akan di rancang sehingga membuat konsumen memutuskan membeli produk yang di pasarkan oleh perusahaan. Menurut Jamaludin et al. (2015), proses dimana konsumen memilih produk atau jasa untuk dibeli dikenal sebagai keputusan pembelian. Proses atau cara pengambilan keputusan individu setiap tahunnya bisa dikatakan hampir serupa. Meskipun demikian, pengambilan keputusan antar individu memiliki beberapa faktor yang membedakan, antara lain *brand image*, *price*, dan label halal.

Kopi Kapal Api memiliki *Brand Image* yang kuat. Jika dilihat dari tingkat kepopulerannya saat ini, merek kopi bubuk berampas lainnya mampu ditandingi oleh Kopi Kapal Api, bahkan mampu mengungguli kompetitornya. Hal ini terlihat dari penghargaan yang diberikan selama fase pertama tahun 2021 dan fase pertama tahun 2022 oleh *Top Brand Index* :

**Tabel 1.1**  
**Penjualan Kopi Bubuk Berampas**

Merek kopi bubuk berampas	Fase pertama tahun 2021		Fase pertama tahun 2022	
	TBI	TOP BRAND	TBI	TOP BRAND
Kapal Api	62,4%	Top	62,4%	Top
ABC	15,9%	Top	15,2%	Top
Luwak	14,7%	Top	14,6%	Top

Sumber : Top Brand Award

Menurut tabel 1.1, Kopi Kapal Api memiliki nilai Top Barang Index dengan presentase tertinggi di fase pertama tahun 2021 dan fase pertama tahun 2022 dengan jumlah TBI sebesar 62,4% sehingga Kopi Kapal Api menjadi Top Brand yang menguasai pasaran merek kopi bubuk berampas saat ini.

Dengan beragam produk serupa yang ada di pasaran, maka setiap perusahaan perlu memiliki *brand image* untuk mengembangkan produk yang dipasarkan karena konsumen semakin dimanjakan oleh beragamnya produk yang tersedia. Menurut Shama dan Hassan dalam Sudaryanto et al., (2019) menyatakan bahwa pelanggan akan lebih cenderung membeli produk jika mereka memiliki kesan positif terhadap merek tersebut. Menurut Musay et al., (2013) menyatakan bahwa brand image merupakan citra atau kesan yang ditinggalkan suatu merek di benak pelanggan. Oleh karena itu melalui pernyataan diatas terdapat anggapan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang sudah dikenal oleh banyak orang baik dari pengalaman maupun informasi dari berbagai sumber.

Pada penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan hasil dengan penelitian Amron (2018) dimana *brand image* terbukti memberikan pengaruh bagi keputusan pembelian konsumen merek City Car. Selain itu, penelitian Luluhan et al. (2016) memperlihatkan bahwasanya *brand image* tidak memberikan pengaruh signifikan bagi keputusan pembelian konsumen LCGC Astra Toyota Agya di Manado.

Satu dari beberapa faktor penting saat melakukan pembelian yaitu harga. Akibatnya, akan terjadi persaingan harga dengan produk lain di pasaran. Oleh sebab itu, perusahaan minuman sachet khususnya kopi bubuk berampas sachet harus mempunyai strategi pemasaran untuk membuat konsumen kembali lagi membeli

produk tersebut. Perubahan harga pada suatu produk akan membuat konsumen yang sensitive beralih ke produk lainnya yang harganya lebih terjangkau masyarakat umum. Menurut Nasution (2019) menyatakan bahwa tingkat permintaan suatu produk akan dipengaruhi oleh penetapan harga, sehingga untuk menarik minat konsumen harga berperan penting dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyesuaikan dengan pangsa pasar yang dibidiknya dalam penetapan harga produk.

Dapat dilihat pada penelitian Sudaryanto et al. (2019) menyebutkan harga terbukti memberikan pengaruh signifikan bagi keputusan pembelian toko retail basmallah di Indonesia. Selain itu, penelitian yang dilakukan Gunawan & Susanti, n.d. (2018) mendapati harga tidak memberikan pengaruh bagi keputusan pembelian produk kosmetik maybellin di Padang.

Dalam masyarakat Indonesia, mayoritas penduduknya beragama islam yang memiliki pola khusus untuk mengkonsumsi suatu produk makanan maupun minuman dengan mengutamakan kehalalan dalam mengkonsumsinya. Menurut hukum islam, produk yang berlabel atau bersertifikat halal aman untuk dikonsumsi dan harus dipertimbangkan ketika membuat keputusan pembelian produk. Oleh karena itu, konsumen perlu mempertimbangkan adanya label halal pada suatu produk sebelum memutuskan apakah akan membelinya atau tidak. Salah satu perusahaan dapat menginformasikan kepada konsumen tentang produk yang mereka jual adalah dengan mencantumkan label halal, sehingga konsumen mengetahui bahan yang digunakan dan yang tertera pada kemasan. Selain itu, label juga memperkenalkan kepada konsumen bahwa produk tersebut sepenuhnya halal

dan tanpa mengandung zat yang dilarang oleh islam (Edi Wibowo & Diah Madusari, 2018). Oleh karena itu, label halal dapat mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut karena sudah jelas dinyatakan aman atau boleh untuk dikonsumsi.

Berdasarkan penelitian Afriliantini et al. (2019) menyebutkan label halal terbukti berpengaruh positif signifikan bagi keputusan pembelian kosmetik wardah di Kota Sumbawa. Selain itu, penelitian Sitompul (2021) menyebutkan bahwasanya label halal tidak berpengaruh signifikan bagi keputusan pembelian kosmetik Emina di Kota Medan.

Melalui hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya, maka menjadi salah satu alasan perlunya dilakukan penelitian kembali. Yang nantinya dapat diperoleh data yang lebih jelas mengenai pengaruh *brand Image*, *price*, serta *halal labeling* terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kapal Api. Variabel penelitian, objek penelitian, tempat penelitian, dan temuan research gap dapat menunjukkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

Pada penelitian ini memilih lokasi di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang dengan alasan karena peneliti melihat bahwa penduduk di lokasi tersebut memiliki pola konsumtif yang tinggi khususnya pada produk kopi, hal itu dibuktikan dengan banyaknya produk Kopi Kapal Api yang mudah ditemukan di toko kelontong atau mini market yang ada di daerah Losari, yang menandakan bahwa banyaknya konsumen yang mengkonsumsi produk ini sehingga sangat laris di pasaran. Selain itu di Kelurahan Losari memiliki penduduk yang beraneka ragam sehingga memiliki selera yang berbeda tiap orangnya dalam

mengonsumsi suatu produk khususnya kopi, hal itu yang menjadikan peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana minat konsumen di Kelurahan Losari mengenai produk Kopi Kapal Api.

Sesuai latar belakang tersebut, membuat tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan mengambil judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *HALAL LABELING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Kopi Kapal Api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Kopi Kapal Api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang?
2. Bagaimana pengaruh *Price* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Kopi Kapal Api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang?
3. Bagaimana pengaruh *Halal Labeling* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Kopi Kapal Api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang?
4. Bagaimana pengaruh *Brand Image*, *Price* dan *Halal Labeling* secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Kopi

Kapal Api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dibedakan kedalam 2 tujuan yaitu :

#### 1. Tujuan Umum

Tujuan Umum dari penelitian ialah mencari ada tidaknya pengaruh *brand image*, *price* dan *halal labeling* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kopi Kapal Api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.

#### 2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus pada penelitian ini ialah :

- a. Menganalisis dan mendiskripsikan ada tidaknya pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk kopi kapal api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.
- b. Menganalisis dan mendiskripsikan ada tidaknya pengaruh *price* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk kopi kapal api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.
- c. Menganalisis dan mendiskripsikan ada tidaknya pengaruh *halal labeling* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk kopi kapal api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.
- d. Menganalisis dan mendiskripsikan ada tidaknya pengaruh *brand image*, *price* dan *halal labeling* secara simultan terhadap keputusan pembelian



pada produk kapal api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian ini manfaat yang diharapkan oleh peneliti antara lain :

1. Dapat dikembangkan melalui hasil dari penelitian yang ditemukan serta berguna untuk rujukan guna membandingkan dan ditinjau ulang untuk penelitian selanjutnya.
2. Sebagai bahan referensi mengenai pengaruh *brand image*, *price* dan *halal labeling* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk kopi kapal api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.
3. Perusahaan dapat memperoleh manfaat dari informasi yang diberikan oleh penelitian ini untuk mengetahui akan pentingnya pengaruh *brand image*, *price* dan *halal labeling* terhadap keputusan pembelian pada konsumen kopi kapal api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.
4. Dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti mengenai pengaruh *brand image*, *price* dan *halal labeling* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk kopi kapal api di Kelurahan Losari Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan sistematika penelitian ini terdiri dari 5 bagian antara lain:

## Bab 1 Pendahuluan :

Latar Belakang Masalah merupakan landasan pemikiran secara umum baik secara teoritis maupun uraian berdasarkan fakta atau informasi berkenaan dengan fenomena serta masalah problematika yang sesuai dengan penelitian yang diteliti.

Rumusan Masalah merupakan pernyataan tentang suatu situasi, atau gagasan yang memerlukan penelitian untuk menemukan solusi atau jawaban.

Tujuan Penelitian merupakan uraian mengenai tujuan disusunnya skripsi.

Kegunaan Penelitian merupakan kontribusi proses dan hasil penelitian untuk sejumlah pihak yang berkepentingan.

Sistematika Penulisan merupakan ringkasan singkat dari materi dalam bab pendahuluan hingga penutup.

## Bab II Tinjauan Pustaka :

Landasan Teori merupakan penjabaran hasil tinjauan pustaka (penelusuran literatur) yang telah dilakukan peneliti. Sumber literatur harus relevan dengan masalah yang sedang diteliti.

Kerangka Teori memberikan penjelasan tentang variabel atau pokok permasalahan dalam penelitian.

Kerangka Berpikir berisikan gambaran logis serta rasional mengenai variabel penelitian serta hubungan antar variabel penelitian.

Pengembangan Hipotesis merupakan penjelasan singkat mengenai dasar argument yang kuat sebagai landasan untuk pengajuan hipotesis.

Hipotesis adalah dugaan sementara dari hasil penelitian yang perlu diuji kebenarannya dengan statistik.

### Bab III Metode Penelitian :

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional merupakan gambaran variabel penelitian yang kemudian harus diberikan definisi yang lebih operasional.

Penentuan Populasi dan Sampel merupakan hal-hal yang berkaitan dengan populasi, dasar perkiraan jumlah populasi dan perhitungan sampel.

Jenis dan Sumber Data berisikan pendiskripsian mengenai jenis data yang dipakai pada penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data adalah pendiskripsian mengenai teknik untuk pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.

Metode Analisis merupakan pendiskripsian mengenai model atau teknik dalam pengolahan data yang sudah dikumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.

### Bab IV Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Obyek Penelitian merupakan penjelasan secara rinci mengenai variabel terkait masalah penelitian.

Analisis Data dan Pembahasan merupakan proses pengolahan data untuk memperoleh suatu hasil atau temuan dalam suatu penelitian.

#### Bab V Penutup

Kesimpulan adalah ringkasan singkat hasil temuan. Saran merupakan anjuran yang diberikan pada sejumlah pihak terkait hasil penelitian.