

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dari dulu hingga sekarang masyarakat sudah terbiasa mengonsumsi teh, karena Indonesia memiliki perkebunan teh yang sangat luas sehingga teh mudah ditemukan di Indonesia. Teh juga memiliki berbagai keunggulan, seperti memiliki aroma dan rasa yang khas, tidak menimbulkan efek negatif bagi tubuh, dan membawa kesegaran bagi tubuh setelah mengonsumsinya. Teh mengandung vitamin, mineral, dan antioksidan yang dibutuhkan oleh tubuh. Pada tahun 2019 jumlah perkebunan teh di Indonesia mencapai 111.000 hektar yang tersebar di penjuru nusantara. Produksi teh di Indonesia pada tahun 2018 sebesar 141,34 ribu ton dengan wujud daun kering. Di tahun 2019 sebesar 147,17 ribu ton dan meningkat menjadi 154,30 ribu ton pada tahun 2023. Rata-rata peningkatan produksi teh selama lima tahun ke depan diperkirakan sebesar 1,20% per tahun<sup>1</sup>.

Melihat banyaknya minat masyarakat terhadap teh menjadikan peluang baru untuk melakukan bisnis. Kita dapat melihat bahwa jumlah perusahaan minuman teh semakin bertambah dari tahun ke tahun, yang tentunya akan menimbulkan persaingan yang ketat antar pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan pasar. Setiap

---

<sup>1</sup>Diah Indarti, Buku Prospek Komoditas Perkebunan Teh, diambil dari <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/download/file/540-outlook-teh-2019>, diambil pada 08 April 2021 pukul 10:59.

perusahaan tentunya memiliki tujuan yang ingin dicapai, untuk itu diperlukan suatu usaha yaitu dengan melakukan aktivitas pemasaran.

Aktivitas pemasaran merupakan suatu proses untuk menciptakan keinginan dan kebutuhan konsumen serta membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Aktivitas pemasaran bertujuan untuk memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen sehingga dapat mendorong mereka untuk terus membeli produk yang ditawarkan. Oleh sebab itu, produk yang ditawarkan harus bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta harga jual disesuaikan dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Keputusan pembelian yaitu proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Ada berbagai faktor yang dipertimbangkan konsumen saat membuat keputusan pembelian, sehingga perusahaan perlu memperhatikan faktor apa yang dapat digunakan untuk menarik minat konsumen. Keputusan pembelian konsumen atas suatu produk menggambarkan sejauh mana pengaruh kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

Philip Kotler berpendapat bahwa ada dua faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembeliannya. Faktor pertama adalah produk, yang merupakan variabel yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran. Tujuan konsumen dalam membeli produk tidak hanya untuk memilikinya, tetapi produk yang dibeli harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya.<sup>2</sup> Dalam menawarkan produknya, perusahaan harus memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik

---

<sup>2</sup>Isneini Suci Rahayu, "Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi Pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Agama Islam Ekonomi IAIN Kediri, 2020), 3.

dan memiliki tampilan yang menarik agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, yang merupakan salah satu variabel penting dalam aktivitas pemasaran karena dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan yang menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik dengan harga yang terjangkau akan lebih banyak dicari oleh konsumen, sebaliknya jika produk dan harga yang ditawarkan tidak wajar maka konsumen akan berpikir dua kali sebelum membeli.

Menurut Zeithaml dan Bitner, jika sebuah perusahaan ingin berhasil saat memasarkan produknya maka harus menggunakan strategi bauran pemasaran. Philip Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai kumpulan alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran. Terdapat 4 unsur penting dalam teori *marketing mix* (bauran pemasaran), yaitu Product, Price, Place dan Promotion.<sup>3</sup> Strategi pemasaran perusahaan yang tepat akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar diminati, disukai dan dibeli atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan. Banyaknya pelaku usaha di Kota Kediri yang bergerak pada produk sejenis menjadikan pelaku usaha harus memiliki strategi yang tepat untuk mencapai tujuannya dan memenangkan persaingan pasar. Menurut Kotler dan Armstrong, harga ialah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk

---

<sup>3</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran 13, (New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc, 2012), 119

menerima manfaat dari produk atau jasa yang dibeli.<sup>4</sup>Harga juga menjadi penyebab laku atau tidaknya suatu produk, sehingga saat menentukan harga harus disesuaikan dengan kualitas produk.

Saat ini kuliner menjadi bidang usaha yang banyak diminati, karena pada dasarnya makan dan minum merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Salah satu usaha yang banyak diminati di kota Kediri adalah es teh. Kreativitas para pelaku usaha dalam menghasilkan varian rasa dan kemasan yang menarik menggugah minat konsumen untuk membeli.

PT Gunung Slamet merupakan perusahaan teh yang berdiri sejak tahun 1940. Seiring dengan berkembangnya zaman Teh Poci menawarkan produk teh siap minum untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Bahkan saat ini Teh Poci telah diwaralabakan dengan sistem kemitraan, yang tentu saja dapat mendorong para pelaku usaha untuk memulai usahanya dengan modal yang terjangkau. Saat ini sudah banyak gerai Teh Poci yang tersebar di seluruh Indonesia mulai dari Jakarta, Sukabumi, Medan, Bali, Pontianak, Solo, Yogyakarta, Surabaya, Madiun, Malang dan Kediri.<sup>5</sup>

Salah satu gerai Teh Poci yang ada di Kediri adalah Teh Poci Mbak Wulan yang berada di depan Plaza Telkom, Jalan Hayam Wuruk, Kota Kediri. Di sekitar lokasi tersebut ada beberapa gerai es teh yaitu Teh Mak'E 999 dan Teh Mall Jumbo.

---

<sup>4</sup>Philip Kotler dan Gary Armstrong, Manajemen Pemasaran Vol. 1, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 430.

<sup>5</sup>Tim admin, Franchise Teh Poci mengakses<https://brandpedia.id/franchise-teh-poci/>, dipanggil 11 Juni 2021 jam 10:35 malam

**Tabel 1.1**  
**Rata-rata Jumlah Pengunjung Dalam Sehari**

<b>Teh Poci Mbak Wulan</b>	<b>Teh Mak'E 999</b>	<b>Teh Mall Jumbo</b>
60	35	40

*Sumber: Wawancara pada Oktober 2021*

Dapat dilihat dari Tabel 1.1 bahwa perbedaan jumlah pengunjung di Teh Poci Mbak Wulan lebih banyak dibandingkan di Teh Mak'E 999 dan Teh Mall Jumbo. Sehingga peneliti memilih Teh Poci Mbak Wulan sebagai lokasi penelitian.

**Tabel 1.2**  
**Perbandingan Teh Poci Mbak Wulan, Teh Mak'E 999 dan Teh Mall Jumbo**

	<b>Es Teh Poci</b>	<b>Teh Mak'E 999</b>	<b>Teh Mall Jumbo</b>
Harga	Cup kecil = Rp. 2.500 Cup besar <i>jasmine tea</i> = Rp. 4.000 Cup besar dengan varian rasa = Rp. 5.500 – 8.000	Cup besar <i>jasmine tea</i> = Rp. 3.000 Cup besar dengan varian rasa = Rp. 6.000	Cup besar <i>jasmine tea</i> = Rp. 3.500 Cup besar dengan varian rasa = Rp. 6.000
Produk	23 varian rasa (jasmine tea, tea apple, tea orange sweet, tea guava, tea blackcurrant, tea mango, tea avocado, tea lemon, tea lychee, tea strawberry, tea melon, tea durian, tea blewah, milk tea oreo, vanilla oreo, chocolate oreo, cappuccino oreo, apple milk tea, lemon milk tea, lychee milk tea, mango milk tea, blackcurrant milk tea, dan thailand milk tea)	18 varian rasa (jasmine tea, lemon, anggur, orange, mangga, guava, strawberry, leci, apel, avocado, chocolate, cappuccino, milk tea, vanilla, teh tarik, oreo, milo, green tea,)	22 varian rasa (jasmine tea, mocca cream, chocolate, vanilla, avocado, green tea, oreo, banana, milo, caramel, coklat banana, cereal milk, kiwi, buah peach, milk tea, lemon, lychee, blueberry, teh apple, teh orange, teh guava, teh blackcurrant, teh mango)

Promosi	Facebook dan Instagram	-	-
Tempat	Depan Plaza Telkom, Jalan Hayam Wuruk, Kota Kediri. Tempatnya bersih, luas dan nyaman.	Jalan Panglima Polim. Tempat yang luas dan nyaman.	Depan Istana Boneka di Jalan Hayam Wuruk, Kota Kediri. Tempatnya bersih dan tepat di pinggir jalan.

Sumber: Data observasi Oktober 2021

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa harga Teh Poci Mbak Wulan, Teh Mak'E 999 dan Teh Mall Jumbo hampir sama. Harga yang ditawarkan oleh ketiga gerai es teh di atas relatif terjangkau. Selain harga, produk yang ditawarkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, produk pada Teh Poci Mbak Wulan lebih unggul dibandingkan dengan yang lain. Teh Poci Mbak Wulan menawarkan berbagai pilihan rasa yang dapat dipilih konsumen.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap 60 responden, produk yang paling diminati di gerai Teh Poci Mbak Wulan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Produk Yang Paling Diminati**

No	Produk	Jumlah
1	<i>Jasmine Tea</i>	40
2	<i>Tea apple</i>	0
3	<i>Tea orange sweet</i>	0
4	<i>Tea guava</i>	0
5	<i>Tea blackcurrant</i>	2
6	<i>Tea mango</i>	3
7	<i>Tea avocado</i>	0
8	<i>Tea lemon</i>	4

9	<i>Tea lychee</i>	3
10	<i>Tea strawberry</i>	0
11	<i>Tea melon</i>	0
12	<i>Tea durian</i>	0
13	<i>Tea blewah</i>	0
14	<i>Milk tea oreo</i>	4
15	<i>Vanilla oreo</i>	0
16	<i>Chocolate oreo</i>	1
17	<i>Cappucino oreo</i>	1
18	<i>Apple milk tea</i>	0
19	<i>Lemon milk tea</i>	0
20	<i>Lychee milk tea</i>	1
21	<i>Mango milk tea</i>	0
22	<i>Blackcurrent milk tea</i>	1
23	<i>Thailand milk tea</i>	0
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>

Sumber: Data observasi Oktober 2021

Berdasarkan hasil observasi pada tabel di atas dapat diketahui produk yang paling diminati oleh konsumen Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri yaitu *jasmine tea*. Berikut alasan konsumen membeli berdasarkan teori Kotler 4P :

**Tabel 1.4**  
**Alasan Konsumen Membeli *Jasmine Tea* di Teh Poci Mbak Wulan**

No	Alasan Membeli	Jumlah Responden
1	Harga	19
2	Produk	18
3	Lokasi	3
4	Promosi	0

<b>Jumlah</b>	<b>40</b>
---------------	-----------

Sumber: Data observasi Oktober 2021

Pada tabel 1.4 menunjukkan bahwa 19 responden memilih harga, 18 responden memilih produk dan 3 responden memilih lokasi. Dari sini dapat disimpulkan bahwa faktor paling tinggi yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah harga dan produk. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASMIN TEA (STUDI PADA TEH POCI MBAK WULAN JALAN HAYAM WURUK KOTA KEDIRI)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana harga *Jasmine Tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri?
2. Bagaimana produk *Jasmine Tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri?
3. Bagaimana keputusan pembelian *Jasmine Tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Jasmine Tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri?
5. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian *Jasmine Tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri?
6. Bagaimana pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian *Jasmine Tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri?



### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui harga *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui produk *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.
5. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.
6. Mengetahui pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan judul penelitian di atas, kegunaan penelitian ini adalah:

1. Untuk penulis

Merupakan sarana mempraktikkan teori selama kuliah dengan aplikasi langsung dalam praktik. Diharapkan dapat memberikan wawasan bagi penulis di bidang ekonomi khususnya yang berkaitan dengan harga dan keputusan pembelian produk.

2. Untuk perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran.

3. Untuk akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menambah wawasan, pengetahuan dan referensi bagi orang lain khususnya mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian merupakan jawaban awal terhadap rumusan masalah yang dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

1. H0 1 : Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.

Ha 1: Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.

2. H0 2 : Tidak ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.

Ha 2 : Ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.

3. H0 3 : Tidak ada pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.

Ha 3 : Ada pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.

### **F. Telaah Pustaka**

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kopi Pedalaman Jambi”.<sup>6</sup> Skripsi yang ditulis oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, produk dan lokasi dengan keputusan pembelian pada Kopi Pedalaman Jambi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Hasil penelitian ini adalah semua variabel bebas, kecuali kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Kopi Pedalaman Jambi. Sedangkan lokasi merupakan variabel yang paling kuat pengaruhnya dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,317. Nilai koefisien regresi untuk keputusan pembelian adalah -0,215, variabel harga 0,206, dan variabel produk 0,188.

Persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menggunakan variabel terikat berupa keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian. Objek yang diteliti oleh Sri Wahyuni berada di Kedai Kopi Pedalaman Jambi. Sementara itu, penelitian saat ini sedang dilakukan di Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri. Perbedaan selanjutnya adalah variabel bebas yang digunakan pada penelitian sebelumnya berupa kualitas pelayanan, harga, produk dan lokasi, sedangkan pada penelitian ini variabel yang digunakan berupa harga dan produk.

2. Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri Dan Tape Singkong (Studi Pada *Home IndustriUD*. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten

---

<sup>6</sup>Sri Wahyuni, “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Jambi Inland”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ekonomi Islam, UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020).

Kediri)”.<sup>7</sup>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga dan produk berpengaruh dalam keputusan pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong. Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif serta metode yang digunakan dalam mengambil sampel adalah *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara harga dan produk. Terdapat pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian olahan singkong pada Home Industry UD. Sedangkan Padhang Bulan dengan nilai determinasi ( $R^2$ ) sebesar 58,9%, sedangkan sisanya sebesar 41,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Ada beberapa kesamaan dalam penelitian ini yaitu metode yang digunakan dalam penelitian sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Persamaan kedua menggunakan variabel bebas berupa harga dan produk, dan variabel terikat berupa keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, objek penelitian sebelumnya adalah industri rumahan UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. Sedangkan objek penelitian yang sedang dilakukan bertempat di Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.

3. Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Gula Aren Di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumatera

---

<sup>7</sup>Isneini Suci Rahayu, “Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi Pada Industri Pondok UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah IAIN Kediri, 2020).

Utara)”.<sup>8</sup>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil uji F hitung  $13,127 > f_{tabel} 3,30$  yaitu harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Riau Rahmat Hidayat adalah keduanya menggunakan metode kuantitatif. Persamaan selanjutnya adalah fokus pada keputusan pembelian. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riau Rahmat Hidayat, objek penelitian adalah di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Sergai, Provinsi Sumatera Utara. Objek penelitian penulis berlokasi di Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri. Perbedaan selanjutnya terletak pada variabel yang digunakan, penelitian sebelumnya menggunakan variabel bebas berupa harga dan kualitas produk, sedangkan penelitian saat ini difokuskan pada variabel bebas berupa harga dan produk.

---

<sup>8</sup>Riau Rahmat Hidayat, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Gula Aren di Desa Simpang Empat, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Sergai, Provinsi Sumatera Utara)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah UIN) Sumatera Utara, 2018).