

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MEMBELI MINUMAN KOPI DI RUMAH KOPI “ESSPECTO”
SARIO KOTABARU KOTA MANADO**

TUGAS AKHIR

Oleh:

Waraney Imanuel Rimbing

NIM: 21052050



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
TAHUN 2024**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
MOTTO.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	vii
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Rumusan Masalah.....	3
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1. Landasan Teori	5
2.1.1. Manajemen Pemasaran	5
2.1.2. Jenis Kopi	6
2.1.3. Jenis Kopi	7
2.1.4. Manfaat Kopi	8
2.1.5. Rumah Kopi	9
2.1.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Orang Mengonsumsi Kopi	10
2.2. Hasil Penelitian yang Relevan	11
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	20
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	20
3.2.1. Jenis Penelitian	20
3.2.2. Metode Penelitian	20
3.3. Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data	20
3.3.1. Jenis Data	20
3.3.2. Metode Pengumpulan Data	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1. Sejarah Rumah Kopi Esspecto	23
4.1.1. Logo	24
4.1.2. Visi dan Misi	24

4.1.2.1.	Visi.....	24
4.1.2.2.	Misi.....	24
4.1.3.	Struktur Organisasi Usaha.....	24
4.1.4.	Uraian Tugas.....	25
4.1.5.	Sumber Daya.....	25
4.2.	Hasil Penelitian.....	26
4.2.1.	Pengaruh Teman Sebaya Dalam Keputusan Membeli Kopi.....	26
4.2.2.	Kebiasaan dan Rutinitas.....	27
4.2.3.	Rasa yang Enak.....	28
4.2.4.	Efek Stimulan Kafein.....	29
4.2.5.	Rasa dan Aroma.....	31
4.2.6.	Sosial dan Budaya.....	32
4.2.7.	Gaya Hidup dan Status Sosial.....	34
BAB V	PENUTUP.....	36
5.1	Kesimpulan.....	36
5.2	Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA.....		39
LAMPIRAN.....		41



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi *modern* telah signifikan dalam memengaruhi cara orang berpikir, bertindak, dan budaya dalam masyarakat. Selain itu, kemajuan teknologi juga mempercepat pertumbuhan industri bisnis. Saat ini, budaya di Indonesia semakin dipengaruhi oleh budaya luar, contohnya dalam hal minum kopi. Kopi merupakan minuman yang populer di kalangan banyak orang dan telah menjadi bagian dari gaya hidup *modern* saat ini. Kopi telah menjadi salah satu minuman yang paling populer di dunia. Baik sebagai sumber kafein, minuman sosial, atau bahkan sebagai budaya dalam dirinya sendiri, kopi telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masyarakat *modern* di seluruh dunia. Peran kopi sebagai minuman yang memengaruhi banyak aspek kehidupan sehari-hari.

Tren persaingan bisnis yang semakin tampak saat ini adalah di sektor kuliner, terutama dalam industri makanan dan minuman. Salah satu contohnya adalah bisnis Rumah Kopi atau *Coffee Shop*. Dengan semakin meningkatnya minat dan tren berkunjung ke Rumah Kopi, jumlah pengunjungnya pun semakin bertambah. Rumah Kopi tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga sebagai lokasi untuk berbagai acara sosial seperti pertemuan, reuni, rapat, atau tempat untuk bekerja atau bersantai setelah aktivitas sehari-hari. Dengan melihat potensi pasar yang besar ini, semakin banyak pengusaha yang membuka usaha Rumah Kopi (Ilham *et al*, 2023). Hal ini terbukti dengan munculnya banyak Rumah Kopi di Kota Manado, khususnya di Kelurahan Sario Kota Baru, salah satunya yaitu, Rumah Kopi Esspecto.

Rumah Kopi Esspecto adalah salah satu Rumah Kopi yang menonjol di tengah gemerlapnya industri kopi. Terletak di pusat kota yang ramai, Rumah Kopi ini menawarkan berbagai macam kopi berkualitas tinggi dan suasana yang nyaman bagi para pengunjungnya. Meskipun Rumah Kopi Especto telah menarik perhatian banyak pecinta kopi, Rumah Kopi ini juga menghadapi sejumlah tantangan dalam menjaga

daya tariknya di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu tantangan utama yang dihadapi Rumah Kopi Esspecto adalah memahami dengan lebih baik apa yang mendorong orang untuk memilih untuk mengonsumsi kopi di tempat mereka.

Dalam persaingan yang semakin ketat di industri kopi, memahami preferensi konsumen menjadi kunci untuk keberhasilan sebuah Rumah Kopi. Kebiasaan mengonsumsi kopi telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari banyak individu, dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial dan budaya. Salah satu faktor utama yang membentuk kebiasaan ini adalah pengaruh teman sebaya, di mana individu sering kali mengikuti kebiasaan orang-orang yang mereka hormati atau anggap sebagai panutan. Kebiasaan minum kopi yang meluas di kalangan teman-teman atau kelompok sosial tertentu mendorong seseorang untuk ikut terlibat, baik sebagai bentuk solidaritas maupun upaya untuk diterima dalam lingkungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi kopi tidak selalu didorong oleh kebutuhan pribadi, melainkan oleh keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sosial.

Selain pengaruh sosial, rutinitas harian juga memainkan peran penting. Bagi banyak orang, minum kopi, terutama di pagi hari, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari rutinitas untuk memulai hari dengan energi dan semangat. Kebiasaan ini berkembang menjadi sebuah kebutuhan yang sulit dilepaskan, di mana tanpa secangkir kopi, seseorang merasa kurang produktif atau tidak berenergi. Faktor ini diperkuat oleh efek stimulan kafein, yang dikenal karena kemampuannya untuk meningkatkan kewaspadaan dan konsentrasi. Bagi sebagian besar individu, kafein dalam kopi adalah solusi efektif untuk menjaga produktivitas sepanjang hari, meskipun dalam beberapa kasus, konsumsi berlebihan dapat menimbulkan masalah seperti gangguan tidur dan kecemasan.

Di samping aspek fungsional, konsumsi kopi juga dipengaruhi oleh rasa dan aroma yang khas, yang menawarkan pengalaman sensorik yang memuaskan bagi konsumen. Kopi dengan rasa enak dan aroma nikmat menjadi pilihan yang sulit ditolak, sehingga orang lebih cenderung mengonsumsi kopi yang memberikan kesan positif. Selain itu, kopi juga memiliki dimensi sosial dan budaya yang kuat. Minum

kopi sebagai aktivitas sosial menjadi umum, di mana kopi dinikmati sambil bersosialisasi dengan teman atau keluarga, atau bahkan dalam konteks profesional. Dalam beberapa budaya, kopi juga menjadi bagian dari gaya hidup modern dan status sosial, terutama saat dinikmati di kafe-kafe terkenal atau merek kopi tertentu. Hal ini memperlihatkan bahwa konsumsi kopi tidak hanya sekadar soal rasa dan kebutuhan, tetapi juga terkait erat dengan identitas sosial dan budaya.

Penelitian ini memiliki signifikansi yang penting dalam konteks Rumah Kopi Esspecto dan industri kopi secara keseluruhan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi kopi di Rumah Kopi Esspecto, manajemen Rumah Kopi dapat mengambil langkah-langkah yang lebih tepat untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat posisi mereka di pasar kopi lokal. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada pengetahuan akademis tentang perilaku konsumen dalam konteks industri kopi, yang dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut di masa depan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi orang dalam mengkonsumsi kopi, yaitu dengan tema yang berjudul: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Minuman Kopi di Rumah Kopi Esspecto di Manado”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang ada, maka bisa diidentifikasi bahwa kopi:

- 1) Kurangnya pemahaman orang tentang produk di Rumah Kopi Esspecto.
- 2) Tidak mengetahui harga produk yang ada di Rumah Kopi Esspecto.
- 3) Tidak mengetahui suasana dan layanan dari Rumah Kopi Esspecto.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Apa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli minuman kopi di Rumah Kopi Esspecto di Manado?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- 1) Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli minuman kopi di Rumah Kopi Esspecto di Manado.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu :

- 1) Manfaat bagi Rumah Kopi Esspecto

Bisa meningkatkan kepuasan dari konsumen dan meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan menyesuaikan operasional dan layanan berdasarkan temuan penelitian, Rumah Kopi Esspecto dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal dan dapat memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

- 2) Manfaat bagi penulis

Menambah ilmu dan juga wawasan dengan melakukan penelitian ini. Penulis dapat memperdalam pemahaman tentang teori dan konsep pemasaran, khususnya terkait dengan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kopi, serta memperoleh pengalaman praktis dalam melakukan penelitian, mulai dari perancangan studi, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian.