



(MUDIMA)



Penetapan Harga Kaitannya dengan Keputusan Pembelian pada Rumah Kopi Gayo Panjalu Ciamis

Jajang Saeful Zaman¹, Hendi Sobari^{2*}

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah

Corresponding Author: Hendi Sobari zobaree83@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Rumah Kopi Gayo

Received : 2 October
Revised : 7 October
Accepted : 26 October

©2022 Zaman, Sobari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Gambaran Empiris tentang Penetapan Harga; Keputusan Pembelian; dan Pengaruh Harga pada Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Gayo menjadi tujuan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, responden penelitian sebanyak 30 orang dengan teknik sampling insidental yakni pengambilan sampel secara kebetulan. Data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Alat analisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Penetapan Harga dan Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Gayo berada pada kriteria baik. Penetapan Harga di Rumah Kopi Gayo hubungannya sangat kuat yaitu sebesar 0,967 dan memiliki pengaruh sebesar 93,5%.

PENDAHULUAN

Gen Z saat ini memiliki gaya hidup yang terikat dengan Kafe. Kualitas kopi dan minuman yang lainnya serta makanan, menjadi kunci untuk kesuksesan dari suatu bisnis kafe. Indonesia memiliki peluang yang sangat besar dikarenakan menjadi sumber penghasil kopi dan teh dengan cita rasa yang sangat baik dibanding dengan negara yang lainnya (<https://kemlu.go.id> diakses pada 22 Februari 2022). Kafe dalam KBBI berarti sebagai tempat minum kopi yang mana pengunjungnya dihibur dengan live musik dan Karaoke. Kafe berbeda dengan Kedai, konsep kafe lebih elegan diperuntukkan bagi kalangan masyarakat menengah ke atas, sedangkan Konsep kedai lebih merakyat dan memiliki desain yang sederhana. (<https://www.glorimelamine.com> diakses pada 22 Februari 2022).

Dalam dunia penelitian dan studi ilmiah, kopi selalu menjadi topik menarik untuk di bahas, karena merupakan minuman yang banyak digemari di dunia. Minuman kopi merupakan ekstaksi dari biji kopi.

Benua afrika merupakan benua yang menghasilkan tanaman kopi pertama kali. Dalam sejarahnya pada tahun 1969, kopi dikenalkan ke pulau jawa yang mana pada saat itu perkembangan dan pertumbuhannya masih dalam uji coba. Tahun 1699 tanaman kopi mulai di produksi dan berkembang dengan baik sehingga menjadi pusat perhatian.

Aceh merupakan penghasil biji kopi yang sangat terkenal di Indonesia. Ada 2 (dua) jenis kopi yang dibudi dayakan yakni Robusta dan Arabika. kopi ulee kareeng terkenal robusta sedangkan Arabika terkenal dengan kopi Gayo. Di dataran tinggi arabika sangat cocok, sedangkan robusta cocok ditanam di kabupaten pidie yang memiliki dataran yang rendah.

Rumah Kopi Gayo Panjalu merupakan salah satu kafe yang menghibur pengunjungnya dengan musik, selain dapat memesan kopi konsumen pun dapat memesan yang lainnya seperti teh, kue dan yang lainnya, juga merupakan salah satu Kafe yang banyak diminati oleh masyarakat Panjalu dan sekitarnya, khususnya di kalangan remaja.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Rumah Kopi Gayo, nama kopi gayo terinspirasi dari nama sebuah jenis kopi yang ada sejak jaman belanda. Tempat yang disediakan di Rumah Kopi Gayo Panjalu ada indoor dan outdoor, indoor dengan tema Vintage sedangkan outdoor dengan tema Taman memiliki tempat duduk yang nyaman terbuat dari kayu dan meja kayu yang berbentuk budar, dengan harapan membuat pengunjung merasakan kenyamanan ditempat tersebut. Tetapi di Panjalu sendiri terdapat beberapa usaha kuliner yang menyediakan makanan dan minuman yang sama seperti di Kafe gayo. Berikut ini adalah beberapa data Kafe yang berada di Panjalu.

Tabel 1. Data Kafe di Kecamatan Panjalu

Jumlah	Nama Kafe	Tahun Berdiri
1	Rumah Kopi Gayo	2018
2	Kopi Sufi	2020
3	Benteng	2020

Sumber: Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 1 tersebut di atas, terdapat Tiga Kafe yang ada di panjalu yaitu Kopi Sufi, Warung Benteng, dan Rumah Kopi Gayo itu sendiri. Akan tetapi Kopi gayo memiliki keistimewaan karena merupakan kafe pertama yang berdiri di panjalu. Serta konsumen dapat mengetahui gambaran tentang keunggulan produk dan menjadi tertarik sehingga terdorong untuk memutuskan pembelian produk. Berawal dari produk kemudian perusahaan menyesuaikan produk tersebut dengan harga.

Minuman Kopi di Rumah Kopi Gayo ini menjadi salah satu favorit para lelaki, namun tidak sedikit juga wanita yang menikmati minuman kopi tersebut. Para pecinta kopi di rumah kopi gayo sangat beragam dimulai dari pelajar sampai ibu rumah tangga. Konsumen di rumah kopi gayo, selain untuk bersantai di rumah kopi gayo, mereka juga menjadikan rumah kopi gayo itu sebagai tempat meeting, kumpul bersama keluarga, reuni, pesta ulang tahun, tempat arisan dan lain sebagainya. Berikut data jumlah transaksi pada tahun 2021.

Tabel 2. Data Jumlah Transaksi Penjualan Rumah Kopi Gayo Panjalu Tahun 2021

No	Bulan	Jumlah Transaksi Penjualan
1	Januari	800
2	Februari	750
3	Maret	660
4	April	1.740
5	Mei	1.500
6	Juni	590
7	Juli	655
8	Agustus	620
9	September	522
10	Oktober	500
11	November	445
12	Desember	411
Total		9.193

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 2. di atas menjelaskan bahwa Rumah kopi gayo panjalu pada tahun 2021 mengalami penurunan jumlah transaksi penjualan dari bulan sebelumnya. Pada bulan september-desember mengalami fluktuasi penurunan jumlah transaksi penjualan yang mengakibatkan omzet penjualan makin sini makin turun. Terjadinya penurunan tersebut disebabkan oleh munculnya Kafe Kafe baru di Kecamatan Panjalu, dan terjadi persaingan dalam penetapan harga. Berdasarkan survey awal, Rumah Kopi Gayo dalam penentuan harga relatif lebih murah dibandingkan dengan para pesaing dengan tujuan agar dapat mendongkrak jumlah pembeli.

Namun setelah saya melakukan observasi terhadap 3 Kafe tersebut diketahui bahwa harga di kopi gayo tidak semuanya lebih murah dari Kafe lain. Berikut ini Perbandingan Harga di setiap Kafe kopi Se-kecamatan Panjalu:

Tabel 3. Perbandingan Harga Kopi dari Tiga Kafe di Kecamatan Panjalu

Varian Kopi	Rumah Kopi Gayo	Kafe Kopi Sufi	Kafe Benteng
Espresso	Rp.12.000	Rp.12.000	Rp.10.000
Espresso Green Tea	Rp.17.000	-	Rp.18.000
Americano Robusta	Rp.13.000	Rp.12.000	Rp.13.000
Americano House	-	Rp.18.000	-
Capucino	Rp.15.000	Rp.17.000	Rp.18.000
Almond Latte	Rp.17.000	-	-
Hazelnut Latte	Rp.17.000	Rp.17.000	-
Caramel Latte	Rp.17.000	Rp.17.000	-
V-Drip	Rp.22.000	Rp.15.000	Rp.15.000
V-60	Rp.13.000	Rp.15.000	Rp.15.000
Japanesse	Rp.18.000	Rp.21.000	-
Kopi Gayo	Rp.15.000	-	-
Kopi Bersahaja	Rp.20.000	-	-

Sumber: Data diolah, 2022

Bisa diketahui dari tabel 3, perbandingan harga dari Tiga Kafe yang berada di Kecamatan Panjalu ini sangat beragam, dalam menetapkan harga Kafe tersebut memiliki alasan tersendiri, ini merupakan upaya dari masing masing Kafe guna menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian menandakan bahwa persaingan antara tiga Kafe mempunyai keunggulan masing masing.

Dari permasalahan tersebut di atas, penulis merumuskan tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui gambaran empiris tentang penetapan harga, keputusan pembelian konsumen serta pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Gayo Ciamis Panjalu.

METODOLOGI

Metode yang dipergunakan adalah Deskriptif Kuantitatif dengan menggambarkan suatu potret yang empiris dari suatu hasil penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2022). Populasi di penelitian ini yaitu seluruh konsumen Rumah Kopi Gayo dengan sampelnya sebanyak 30 orang. Dalam penentuan besaran sampel peneliti menggunakan ketentuan dari (Sugiyono, 2022) yaitu salah satu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500. Di penelitian ini jumlah transaksi penjualan kopi di rumah kopi gayo menjadi acuan dalam penentuan besaran sampel. Teknik sampling menggunakan Sampling Insidental yaitu menentukan sampel secara kebetulan, konsumen yang ditemui peneliti menjadi sampel jika konsumen tersebut cocok sebagai Sumber data (Sugiyono, 2022). Alat analisis menggunakan Regresi Sederhana.

HASIL

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X)	Item 1	0,656	0,361	Valid
	Item 2	0,580		Valid
	Item 3	0,716		Valid
	Item 4	0,849		Valid
	Item 5	0,772		Valid
	Item 6	0,504		Valid
	Item 7	0,695		Valid
	Item 8	0,617		Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Item 1	0,644	0,361	Valid
	Item 2	0,579		Valid
	Item 3	0,820		Valid
	Item 4	0,596		Valid
	Item 5	0,660		Valid
	Item 6	0,839		Valid
	Item 7	0,820		Valid
	Item 8	0,524		Valid
	Item 9	0,514		Valid

Sumber: Data diolah oleh SPSS V.26 (2022)

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item Pernyataan	Keterangan
Harga (X)	0,819	8	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,837	9	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh SPSS V.26 (2022)

Table 5. di atas menyebutkan nilai cronbach alpha senilai 0,819 untuk variabel X dan 0,837 untuk variabel Y lebih besar dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesionervariabel X dan Y dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah regresi variabel independen dan variabel dependent berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas penelitian ini dilakukan menggunakan Kolmogorov Smirnov yaitu membandingkan distribusi data yang akan di uji dengan distribusi normal baku dengan ketentuan nilai signifikansi 0,05. Jika $asym\ sig. > 0,05$ maka data berdistribusi normal. Hasil perhitungan uji normalitas ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,87328790
Most Extreme Differences	Absolute	,136
	Positive	,084
	Negative	-,136
Kolmogorov-Smirnov Z		,743
Asymp. Sig. (2-tailed)		,639

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah oleh SPSS V.26 (2022)

Tabel uji normalitas di atas menunjukkan perolehan asym sig. sebesar $0,639 > 0,05$, dalam artian data berdistribusi normal. Dengan demikian, data layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan Variabel Harga.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,586	1,496		3,065	,005
	Harga	,982	,049	,967	20,003	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS V.26 (2022)

a = angka konstan. Memiliki nilai sebesar 4,586. artinya jika tidak ada variabel harga (X) maka nilai variabel Keputusan pembelian (Y) sebesar 4,586.

b = Nilainya sebesar 0,982. Artinya setiap penambahan 1% tingkat variabel Harga (X), maka variabel Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat 0,982.

Karena nilai b bernilai (+), maka variabel Harga (X) mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian (Y) secara positif. Sehingga $Y = 4,586 + 0,982 X$.

Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien korelasi adalah suatu uji untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antar variabel.

Tingkat hubungan antar variabel berpedoman pada tabel interpretasi di bawah ini:

Tabel 9. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-1,000	<u>Sangat kuat</u>
0,60-0,799	<u>Kuat</u>
0,40-0,599	<u>Cukup Kuat</u>
0,20-0,399	<u>Rendah</u>
0,00-0,199	<u>Sangat Rendah</u>

Sumber : (Sugiyono, 2022)

Hasil uji koefisien korelasi dan determinasi bisa dilihat di tabel bawah ini:

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,967 ^a	,935	,932	,97896

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Data diolah dengan bantuan SPSS V.26 (2022)

Dapat diketahui dari tabel 10 di atas, bahwa nilai R adalah 0,967, yang berada pada interval 0,80-1.000 dengan tingkat hubungan sangat kuat. berarti variabel Harga (X) hubungannya sangat kuat terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Besarnya pengaruh variabel Harga (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,935 atau 93,5%, dan sisanya 6,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis (t)

Tabel 11. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,586	1,496		3,065	,005
	Harga	,982	,049	,967	20,003	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS V.26 (2022)

Dari tabel 11., diketahui nilai t hitung adalah sebesar 20,003 lebih besar dari t tabel yaitu 1,701 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$, hal itu menunjukkan bahwa Hipotesis nol di tolak dan Hipotesis alternatif diterima. Dengan demikian variabel Harga (X) berpengaruh positif dan signifikan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) di Rumah Kopi Gayo Panjalu Ciamis.

PEMBAHASAN

Harga menunjukkan sejumlah uang sebagai alat tukar dalam mendapatkan produk atau jasa yang ditetapkan oleh perusahaan yang akan mempengaruhi jumlah produk terjual. Oleh karenanya, penetapan harga sangat mempengaruhi pendapatan serta biaya total, makanya strategi penetapan harga sangat berperan penting di tempat usaha. Berdasarkan hasil pengolahan jawaban atas pernyataan yang diberikan kepada 30 responden terhadap variabel Harga (X). Secara keseluruhan Harga yang ditetapkan Rumah Kopi Gayo dinilai baik. Hal ini didukung oleh hasil wawancara awal dengan konsumen sebagian besar menyatakan bahwa Rumah Kopi Gayo memberikan harga yang relatif murah. Dapat kita lihat perbandingan harga. Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan berdasarkan hasil rekapitulasi variabel Harga (X) di Rumah Kopi Gayo Panjalu diperoleh jumlah skor sebesar 908 berada pada interval 816 – 1.007 dan termasuk pada klasifikasi baik. Hal ini karena Harga kopi di Rumah Kopi Gayo memberikan harga yang relatif murah. Selain daripada itu, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan.

Berdasarkan hasil pengolahan jawaban atas pernyataan yang diberikan kepada 30 responden terhadap Keputusan Pembelian (Y) mengenai hasil rekapitulasi variabel Y didapat skor sebesar 1.029, jumlah skor tersebut berada pada interval 918 – 1.133 dan termasuk pada klasifikasi baik. Hal ini karena Rumah Kopi Gayo harganya relatif lebih murah dibandingkan dengan para pesaing yang ada di kecamatan panjalu. Serta konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang di Rumah Kopi Gayo karena suasana tempatnya nyaman serta para karyawannya pun sigap dalam memberikan

pelayanan dan merespon permintaan yang diinginkan oleh konsumen. Selain itu juga kopi di Rumah kopi Gayo sesuai dengan kebutuhan sedangkan saat ini kopi bukan hanya dimanati para lelaki tetapi wanitapun tertarik untuk menikmatinya.

Harga dan Keputusan Pembelian memiliki hubungan yang sangat kuat, semakin tingginya harga yang ditetapkan maka putusan pembelian menjadi rendah, sebaliknya jika harga diturunkan maka keputusan pembelian menjadi tinggi. Setelah melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner mengenai harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Kopi Gayo Panjalu. Diketahui adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Kopi Gayo Panjalu. Berdasarkan hasil Uji korelasi antara variabel X terhadap Y di Rumah Kopi Gayo Panjalu yaitu sebesar 0,967 maka dapat disimpulkan berdasarkan interpretasi koefisien korelasi variabel Harga (X1) ada diinterval koefisien 0,80-1,000 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat di Rumah Kopi Gayo Panjalu. Berdasarkan hasil Uji t di Rumah Kopi Gayo diketahui variabel Harga (X1) terdapat nilai sig 0,000 Nilai sig < nilai probability 0,05 atau nilai $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Variabel X memiliki t hitung yakni 20,003 dengan t tabel = 1,701. Jadi t hitung > t tabel dapat disimpulkan bahwa variabel harga X1 mempengaruhi Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X1 menyandang hubungan yang searah dengan Y.

KESIMPULAN

Harga di Rumah Kopi Gayo Panjalu Ciamis, memperoleh angka sebesar 908 dan berada pada interval 816 – 1.007 yaitu klasifikasi baik. Hal ini karena Harga kopi di Rumah Kopi Gayo memberikan harga yang relatif lebih murah. Serta, mereka menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan. Sedangkan Variabel Keputusan Pembelian (Y) di Rumah Kopi Gayo Panjalu Kabupaten Ciamis diperoleh angka sebesar 1.029, jumlah skor tersebut berada pada interval 918 – 1.133 dan termasuk pada klasifikasi baik. Hal ini karena Rumah Kopi Gayo memiliki

price yang lebih murah daripada pesaing yang ada di kecamatan panjalu.

Harga (X) menyanggah pengaruh positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Rumah Kopi Gayo Panjalu Ciamis. Besaran pengaruh Harga (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah 93,7% selebihnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka dari itu bagi pengelola rumah kopi gayo harus benar benar memperhatikan variabel harga dan dapat mempertahankannya bahkan mengembangkan lagi sesuai segmentasi pasarnya sehingga mampu tetap bersaing dengan para pesaing lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, G. dan Kotler, P. (2018). Principles of Marketing, edisi Tujuh belas global edition. Pearson Education. United States.

Keller, K. L. dan Kotler, P. (2016). Marketing Manajemen Jilid 1, edisi Lima belas global edition. Pearson Education. United States.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press. Surabaya.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan Ke-29. Alfabeta, Bandung.

Zainullah, V. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Koplakan. Jurnal Manajemen dan Start- Up Bisnis.

<https://kemlu.go.id> diakses pada 22 februari 2022.

<https://www.glorimelamine.com> di akses pada 22 februari 2022