

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 kerangka pikir .....	68
Gambar 4.1 stuktur organisasi d'sruput .....	88
Gambar 4.2 outer loadings sebelum eliminasi.....	96
Gambar 4.3 outer loadings setelah eliminasi .....	97
Gambar 4.4 outer loadings kerangaman produk (X1) .....	96
Gambar 4.5 outer loadings harga (X2) .....	102
Gambar 4.6 outer lodings keputusan pembelian (Y) .....	104
Gambar 4.7 outer loadings kepuasan pelanggan (Z) .....	106
Gambar 4.8 structural model inner .....	110

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman yang serba mudah ini begitu banyak produk yang dapat kita dapatkan dengan mudah dan cepat karena adanya begitu banyaknya gerai yang tersebar sehingga memudahkan kita. Tetapi masih banyak orang yang menilai produk lewat dari keragaman produk itu sendiri serta harga dari produk tersebut dan itu menjadi penilaian tersendiri dari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Gerai minuman kekinian mulai menjamur di beberapa daerah Indonesia. Dengan semakin banyaknya perusahaan waralaba (*franchising*) di Kota Padang yang berdiri, memacu para pengusaha untuk memaksimalkan dalam mempertahankan atau meningkatkan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Dalam hal pemasaran tidak hanya cukup menciptakan produk yang baik dan beragam, menetapkan harga yang menarik, membuat produk tersedia bagi pelanggan, menciptakan suasana toko yang baik, tetapi perusahaan harus mampu mengkomunikasikan produk kepada para konsumennya untuk mempengaruhi minat beli konsumen sehingga dapat menimbulkan suatu tindakan (*action*) pembelian.

D'SRUPUT adalah perusahaan waralaba (*franchising*) yang bergerak dalam bidang penjualan *Variants Coffee*, *Variants Boba*, *Variants Cheese*, ada juga berbagai macam makanan dan masih banyak lagi. Seseorang membeli produk bukan hanya sekedar ia ingin memiliki produk.

Para konsumen membeli barang atau jasa karena barang atau jasa tersebut dipergunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Salah satu gerai minuman yaitu d'SRUPUT cabang UPI merupakan tempat minum yang ramai dikunjungi oleh mahasiswa, karyawan dan dosen. Letak gerai tersebut yang sangat strategis yaitu dikawasan kampus, sekolah, industri dan terletak dijalan yang sering dilewati berbagai kendaraan. Banyaknya konsumen yang memebli minuman di d'SRUPUT cabang UPI, sehingga gerai tersebut harus menyediakan produk yang sesuai dan menarik supaya konsumen merasa puas, karena produk merupakan faktor penentu dalam membentuk kepuasan konsumen dan dapat melakukan keputusan pembelian.

Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau tidak, sehingga gerai minum d'SRUPUT dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan. Kebutuhan atau selera konsumen Dalam sebuah gerai minuman pasti akan menawarkan produk yang bisa diterima oleh konsumen, supaya konsumen mendapat kepuasan dalam membeli produk yang ditawarkan. Produk yang disediakan selalu sama setiap harinya, tetapi produk yang ada di buku menu tersebut merupakan variasi menu yang diharapkan oleh konsumen, karena terdiri

dari banyak *variant* minuman yang dibutuhkan konsumen dan sesuai selera.

Keputusan pembelian adalah Tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. (**Walker, 2023**).

Faktor kedua yang dibutuhkan dalam mendapatkan kepuasan konsumen Minuman yang dibutuhkan konsumen dan sesuai selera. Faktor kedua yang dibutuhkan dalam mendapatkan kepuasan konsumen dan keputusan pembelian adalah harga, karena harga akan mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam membeli suatu produk.

Harga adalah jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (**Amstrong, 2020**).

Jika harga tidak sesuai, maka konsumen merasa kurang menikmati makanan/minuman yang diterima dan tidak terpuaskan, sehingga keputusan pembelian sulit dilakukan, karena harga mencakup biaya suatu proses perjalanan produk dari tangan penjual kepada konsumen dan berkaitan dengan saluran sarana/fasilitas yang digunakan dalam rangka pencapaian produk tersebut. Harga yang ditawarkan oleh gerai minum d'SRUPUT relatif dan tergolong sangat

murah yaitu mulai dari Rp.5.000-Rp.17.000.

Harga juga sangat penting sebagai alat ukur konsumen dalam pengambilan keputusan. Menurut Suyanto promosi adalah merupakan alat perangsang jangka pendek yang direncanakan untuk merangsang pasar konsumen, perdagangan dan para wraniaga. Jika konsumen mendapatkan produk dan harga yang sesuai, akan menciptakan kepuasan konsumen, termasuk pada gerai d'SRUPUT cabang UPI yang memiliki produk yang dibutuhkan oleh konsumen dengan harga yang murah. Dalam membuat produk dan menentukan harga harus baik dan sesuai supaya menciptakan keputusan pembelian kembali.

Kepuasan konsumen akan membentuk suatu keinginan yang dapat membuat konsumen bertahan dan mengambil keputusan membeli. Keinginan bertahan dan ingin membeli tersebut merupakan kegiatan keputusan pembelian. Menurut Nugoroho keputusan pembelian adalah peroses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu diantaranya (**nugroho j, 2022**).

pemesanan pada gerai d'SRUPUT dengan zaman yang sudah serba canggih ini d'SRUPUT juga telah tersedia pemesanan melalui *online* seperti pada *Gofood*, *Grabfood* dan juga *Shopeefood*, sehingga memudahkan konsumen yang ingin berbelanja tetapi tetap berada dirumah/kantor. Juga tidak dapat dipungkiri bahwa ongkos kirim yang lumayan mahal menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk melakukan pembelian secara *online*.

**Tabel 1.1 Daftar Harga Produk**

**d'SRUPUT Cabang UPI Tahun 2025**

No.	Size Cup	Varian produk	Harga
1.	S	3 Item	Rp12.000-Rp13.000
2.	M	20 Item	Rp5.000-Rp17.000
2.	L	19 item	Rp8.000-Rp16.000
4.	1 L	5 item	RpRp35.000-Rp65.000

Sumber : d'Sruput cabang UPI.

Berdasarkan data tabel 1.1 terlihat bahwa produk d'SRUPUT cabang upimemiliki 75 menu varian dan 9 topping yang banyak diminati oleh para komsumen. Dapat dilihat juga bahwa harga menu d'SRUPUT mulai dari Rp.5.000 - Rp.65.000, d'SRUPUT juga memiliki 4 jenis ukuran yaitu *cup size S (Small), size M (Medium), size L (Large)*, dan ukuran 1 Liter.

Dari data diatas dapat dilihat menu minuman dengan harga terendah yaitu Rp.5.000 dan harga tertinggi yaitu Rp.65.000 untuk *variant* 1 Liter terdapat sebanyak 17 outlet d'SRUPUT yang telah tersebar di Sumatera Barat. Menurut *drinkandsruput.com* tercatat sebanyak 182 outlet d'SRUPUT yang telah tersebar diseluruh Indonesia.

**Tabel 1.2**  
**Total Penjualan Produk d'SRUPUT UPI Pada 3 Bulan Terakhir Tahun 2024**

Bulan	Ragam Produk				Penjualan
	S	M	L	1L	
Oktober	583	358	567	51	1559
November	893	594	1345	138	2970
Desember	1059	679	774	135	2647
	Total				7176

Sumber : d'suput Cabang UPI

Berdasarkan data tabel 1.2 dapat dilihat total penjualan produk pada tiga bulan terakhir di tahun 2024 adalah 7176 produk, dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada bulan Oktober penjualan produk yang paling banyak yaitu pada produk *small* (S) dan penjualan paling sedikit pada produk 1 liter. Berbeda dengan penjualan di bulan November dimana penjualan produk *large* (L) mengalami kenaikan yang sangat signifikan, kenaikan penjualan produk dibulan November pada masing-masing produk *small*, *medium* dan 1 liter juga mengalami kenaikan penjualan. Namun pada bulan Desember penjualan produk *Large* mengalami penurunan cukup tajam dimana penjualan merosot hampir dari setengah total penjualan produk pada bulan November.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa kegaraman produk dapat mempengaruhi minat dan ketertarikan pelanggan untuk membeli produk yang didasarkan penilaian akan kebutuhan dari pelanggan untuk membeli produk. Pada tabel 1.1 dapat dilihat produk 1 liter memiliki harga yang cukup tinggi sehingga dilihat dari total peminat cukup rendah. Dengan demikian bentuk keragaman produk dan harga produk dinilai dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli dan menentukan produk yang diinginkan oleh pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh dalam bentuk proposal dan mengambil penelitian pada konsumen d'SRUPUT cabang UPI dengan judul : “ **Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variable Intervening Pada d'SRUPUT Cabang UPI.**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang diatas dapat diperoleh beberapa identifikasi masalah yaitu:

1. Keinginan dan kebutuhan dari pelanggan mempengaruhi keputusan pembelian produk oleh konsumen.
2. Pengalaman saat membeli produk dapat mempengaruhi keputusan dan kepuasan dari pelanggan saat membeli produk.
3. Kebutuhan dan selera konsumen dapat mempengaruhi produk yang dibeli.
4. keragaman produk dapat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk sehingga mempengaruhi kepuasan pembelian
5. Harga yang ditawarkan terlalu tinggi pada d'SRUPUT yang mengakibatkan kurangnya keputusan pembelian.
6. Banyaknya jenis produk yang ditawarkan pada d'SRUPUT sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
7. Ongkos kirim yang lumayan mahal menjadi salah satu faktor pertimbangan bagi para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian secara *online*.

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan keterbatasan waktu, biaya dan tenaga kerja maka penulis membatasi permasalahan penelitian pada hal-hal yang berkenaan dengan keragaman produk (X1) dan harga (X2) Terhadap keputusan pembelian (X3) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada

konsumen d'SRUPUT cabang UPI.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan yang diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada d'SRUPUT cabang kampus UPI?
2. Bagaimana harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada d'SRUPUT cabang kampus UPI?
3. Bagaimana keragaman produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada d'SRUPUT cabang kampus UPI?
4. Bagaimana harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada d'SRUPUT cabang kampus UPI?
5. Bagaimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada d'SRUPUT cabang kampus UPI?
6. Bagaimana keragaman produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada d'SRUPUT cabang kampus UPI?
7. Bagaimana harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada d'SRUPUT cabang kampus UPI?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah keragaman produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada d'SRUPUT cabang UPI.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada d'SRUPUT cabang UPI.
3. Untuk mengetahui apakah keragaman produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada d'SRUPUT cabang UPI.
4. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada d'SRUPUT cabang UPI.
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada d'SRUPUT cabang UPI.
6. Untuk mengetahui apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada d'SRUPUT cabang UPI.
7. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada d'SRUPUT cabang UPI.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat yaitu:

- 1. Bagi peneliti**

Diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran, khususnya, Keragaman Produk, dan Harga, Keputusan Pembelian, dan Kepuasan Pelanggan serta dapat membandingkan teori-teori yang didapat dari perkuliahan dengan praktik yang sesungguhnya didalam instansi pemerintahan.

- 2. Bagi penelitian selanjutnya**

Penelitian ini menjadi kontribusi dan bahan perbandingan serta reservasi bagi peneliti lain yang merasa tertarik untuk melakukan penelitian berikutnya.

- 3. Bagi pembaca**

Diharapkan penelitian ini memberikan pengetahuan tentang keragaman produk, dan harga, terhadap keputusan pembelian dengan kpuasan pelanggan dalam rangka meningkatkan penjualan produk yang diinginkan.