

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Konsumen mempunyai arti yang sangat penting bagi suatu organisasi yang bergerak dibidang sosial maupun komersial. Suatu organisasi atau perusahaan akan sangat tidak mungkin untuk bertahan hidup tanpa dukungan dan keberadaan konsumen. Konsumen adalah faktor utama bagi eksistensi suatu organisasi atau perusahaan. Oleh sebab itu orientasi pada konsumen merupakan suatu syarat mutlak yang harus dipegang oleh perusahaan atau organisasi.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan seseorang dimana dia memilih dari beberapa alternative pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasikan sikap dan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternative yang ada. Keputusan pembelian merupakan kajian yang sangat penting karena pemasar harus mempelajari pembeli untuk menemukan bagaimana cara mereka sebenarnya dalam mengevaluasi pilihan merek. Jika pemasar tahu proses evaluasi apa yang berlangsung, pemasar dapat mengambil langkah untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk tentu bergantung pada faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan itu sendiri, seperti produk, harga, distribusi dan usaha promosi perusahaan. Selain itu, terdapat juga faktor-faktor diluar perusahaan yang dapat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. **Kotler dan Armstrong (2008)** membagi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menjadi faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Sedangkan **Engel (1995)** dalam **Pramudi (2015)** membagi faktor-faktor tersebut menjadi faktor eksternal (pengaruh lingkungan dan stimulus pemasaran) dan faktor internal (perbedaan individu). Menurut **Cannon (2008)** keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor kebutuhan ekonomi, motivasi, persepsi, gaya hidup, keluarga, kelas sosial, kelompok rujukan dan juga budaya.

Di dalam membuat keputusan pembelian suatu produk, konsumen di pengaruhi oleh banyak faktor, fokus penelitian ini yang menjadi faktor keputusan pembelian konsumen yaitu gaya hidup dan kelompok referensi. Alasan peneliti hanya mengambil gaya hidup dan kelompok referensi adalah karena manusia sebagai makhluk sosial yaitu makhluk yang berhubungan secara timbal balik dengan manusia lainnya oleh sebab itu pola konsumsi seseorang pasti akan sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, trend ataupun gaya hidup saat ini juga telah menjadi faktor yang mempengaruhi pola konsumsi seseorang.

Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia dan pertumbuhan kelas menengah mendorong kinerja industri pengolahan kopi di dalam negeri hingga mengalami peningkatan yang signifikan. Dari sisi produksi kopi, Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia dengan produksi rata-rata

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebesar 685 ribu ton pertahun atau 8,9 persen dari produksi kopi dunia (**Kemenperin.go.id**). Berikut ini merupakan tabel data produksi kopi di Indonesia tahun 2014 – 2018.

**Tabel 1.1 : Data Produksi Kopi Indonesia Tahun 2014 – 2018**

Tahun	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Produksi</b> (dalam 1,000 ton)	712	550	664	669	674 <sup>1</sup>

<sup>1</sup> menunjukkan perkiraan

Sumber : <https://www.indonesia-investments.com> & Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia

Dilihat dari tabel di atas bahwa produksi kopi di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, pada tahun 2018 jumlah produksi kopi di Indonesia sebesar 674 ribu ton. Selain memproduksi kopi biasa Robusta dan Arabika, Indonesia juga memproduksi beberapa kopi spesial. Yang paling terkenal di antara kopi-kopi spesial ini adalah kopi luwak. Kopi jenis pertama *kopi luwak* mungkin merupakan jenis kopi paling terkenal karena dikenal sebagai kopi termahal di dunia. Kopi ini diekstrasi dari biji kopi yang telah melalui sistem pencernaan musang luwak Asia (hewan yang mirip kucing). Karena proses fermentasi khusus di dalam perut hewan tersebut (dan juga karena fakta luwak bisa memilih buah kopi yang paling *juicy*) kopi ini dipercaya memiliki rasa yang lebih kaya. Proses produksinya yang memerlukan banyak tenaga kerja dan kelangkaannya di pasar internasional menyebabkan harganya menjadi mahal.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kopi luwak adalah kopi yang berasal dari kotoran luwak atau musang. Luwak suka memakan buah-buahan dan biji-bijian, salah satunya buah kopi. Ketika memakan buah kopi, biji kopinya keluar bersama fases luwak karena sistem pencernaan luwak tidak bisa memproses biji kopi. Perusahaan yang memproduksi kopi luwak yaitu PT Java Prima Abadi (**kopiluwak.org**).

PT Java Prima Abadi mulai pada tahun 1969 sebagai salah satu perusahaan kopi milik keluarga. Membuka outlet pertama pada tahun 1999 hingga saat ini sebagai salah satu perusahaan kopi milik keluarga terbesar di Indonesia. PT Java Prima Abadi telah berfokus untuk menciptakan secangkir Kopi Luwak yang sempurna dengan menghabiskan berjam-jam menguasai berbagai aspek bisnis kopi. Semua produk kami bersertifikat halal. Perusahaan kami memegang merek dagang Kopi Luwak® di seluruh dunia. Pada tahun 2008 kami mulai melebarkan sayap kami, sejak itu kami telah secara aktif memperluas jaringan kami di luar negeri (**kopiluwak.org**).

Kopi merupakan bagian dari budaya indonesia oleh sebab itu, indonesia masuk dalam lima besar konsumen kopi terbesar dunia. Menurut International Coffee Organization konsumsi kopi di indonesia selalu meningkat berikut penulis tampilkan konsumsi kopi di Indonesia yaitu sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 1.2 : Data Konsumsi Domestik Kopi di Indonesia tahun 2013 – 2017**

Tahun	2013	2014	2015	2016	2017 <sup>1</sup>
<b>Konsumsi Nasional</b> (dalam 1,000 bungkus 60 kg)	4,042	4,167	4,333	4,500	4,600

Sumber : <https://www.indonesia-investments.com> & International Coffee Organization

Dari tabel diatas menurut lembaga ICO merupakan organisasi internasional antar pemerintah untuk komoditi kopi yang berkantor pusat di London, Inggris, konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2017 sebesar 4.600 (dalam 1.000 bungkus 60 kg). Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa konsumsi kopi di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Top Brand adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen. Top Brand didasarkan atas hasil riset terhadap konsumen Indonesia. Pemilihan merek terbaik berdasarkan atas pilihan konsumen. Pemilihan oleh konsumen ini dilakukan melalui survei dari Frontier Consulting Group di sebelas kota besar di Indonesia yakni Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, Pekanbaru, Balikpapan, Denpasar, Palembang dan Samarinda. Merek-merek yang mendapat predikat Top Brand adalah murni atas pilihan konsumen. Oleh karena itu pemilihan merek dalam Top Brand bersifat independen. Hasilnya pun dipublikasikan secara luas lewat Majalah Marketing.

Penghargaan Top Brand diberikan kepada merek dalam kategori produk tertentu jika mereka memenuhi dua kriteria, yaitu :

1. Memperoleh Top Brand Index minimum sebesar 10.0%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Menurut hasil survei berada dalam posisi *top three*.

Berikut ini merupakan tabel data hasil Tob Brand Award pada tahun 2014-2018 pada kategori varian White Coffee.

**Tabel 1.3 : Data Top Brand Award Kategori Produk White Coffee Tahun 2018 – 2014**

No	Tahun	2018	2017	2016	2015	2014
	Merek	TBI	TBI	TBI	TBI	TBI
1	Luwak White Coffee	68,9 %	68,5 %	74,2 %	72,5 %	74,4 %
2	ABC White Coffee	12,9 %	15,3 %	9,1 %	10,5 %	4,2 %
3	TOP White Coffee	7,8 %	5,4 %	5,4 %	8,3 %	5,2 %
4	Kapal Api White Coffee	4,9 %	2,9 %	2,5 %	3,0 %	6,5 %

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Dari tabel diatas dapat kita lihat hasil Top Brand index merek Luwak White Coffee ada pada urutan teratas peringkat *Top Brand Award* pilihan konsumen dengan presentase pada tahun 2014 sebesar 74,4 %, 2015 sebesar 72,5 %, 2016 sebesar 74,2 %, 2017 sebesar 68,5 % dan pada tahun 2018 sebesar 68,9 %. Dapat dibandingkan dengan kopi putih lainnya seperti ABC White Coffee, TOP White Coffee dan Kapal Api White Coffee yang memiliki selisih presentase jauh dibawah Luwak White Coffee. Itu berarti bahwa Luwak White Coffee merupakan kopi putih yang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

banyak diminati oleh konsumen (Majalah Online *Top Brand Award* kategori White Coffee tahun 2014 sampai 2018).

Gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi, akan memberikan peningkatan terhadap produk yang serba instan. Hal tersebut berdampak pada perkembangan produk yang serba instan saat ini. Seiring dengan perkembangan gaya hidup masyarakat saat ini, pola atau cara meminum kopi juga berubah. Kopi cepat saji (kopi instan) dalam kemasan yang praktis saat ini merupakan salah satu dampak pergeseran gaya hidup masyarakat saat ini. Menikmati kopi saat ini tak lagi sekadar kebutuhan atau pemompa semangat. Seiring berkembangnya ragam jenis kopi serta menjamurnya kedai-kedai kopi turut menjadi faktor yang membuat kopi lebih dekat dengan masyarakat. Para penikmat kopi pun bertambah, kini berasal dari berbagai kalangan dari yang tua hingga muda ataupun kaum pria dan wanita kini gemar menikmati kopi.

Banyaknya jenis kopi yang bermunculan dimana bukan hanya kopi hitam, kopi susu dan sebagainya, muncul pula istilah kopi putih. Perkembangan kopi putih yang sedang menjadi trend saat ini membuat para produsen berlomba-lomba untuk menciptakan produk kopi putih. Salah satu produsen kopi putih yang terkenal yaitu PT. Java Prima Abadi dengan produk Luwak White Coffee. Fokus dalam penelitian yaitu Luwak White Coffee sebagai objek penelitian.

Gaya hidup diidentifikasi sebagai cara hidup seseorang bagaimana dia menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

anggap penting dalam lingkungannya. kehidupan modern saat ini seringkali di identikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti trend atau perkembangan zaman. Dalam kondisi seperti ini, keputusan pembelian turut berperan dalam gaya hidup modern, sehingga keinginan untuk membeli produk turut mewarnai pola konsumsi seseorang. **Sudharto P. Hadi (2007)** dalam **Widayanto (2013)** menambahkan bahwa secara individual maupun secara organisasi dorongan melakukan pembelian bisa timbul karena memang ada kebutuhan. Tetapi ukuran sesuatu disebut sebagai 'kebutuhan' tidak semata-mata dari pandangan ekonomi. Kebutuhan prestise, kebanggaan atau simbol bonafiditas, tidak bisa dielakkan dalam lingkungan kehidupan konsumen.

Kelompok referensi adalah perseorangan atau sebuah kelompok nyata ataupun maya yang membayangkan mempunyai kesamaan penilaian aspirasi atau perilaku. Kehidupan konsumen selaku individu di dalam masyarakat setiap detik dipengaruhi oleh semua kejadian yang ada disekitarnya. Berbagai peristiwa berlangsung setiap detik, setiap menit, setiap hari sampai dengan bilangan tahun. Di sini terdapat seorang figur di dalam masyarakat, atau sekelompok orang yang didalam masyarakat, yang karena memiliki sifat dan ciri tertentu telah dijadikan acuan dan rujukan dalam berperilaku, yang dalam hal ini perilaku dalam membeli (**Nitisusastro,2012**). Pengaruh kelompok referensi biasanya lebih penting saat orang lain mampu melihat produk yang sedang dipakainya oleh seorang konsumen.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LUWAK WHITE COFFEE PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN TAMPAN PEKBARU RIAU”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Dalam sebuah penelitian, rumusan masalah merupakan hal yang terpenting. Hal ini diperlukan agar batasan masalah dapat menjadi jelas dan dapat dijadikan pedoman dalam melakukan sebuah penelitian.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Luwak White Coffee pada masyarakat di Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau?
2. Apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Luwak White Coffee pada masyarakat di Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau?
3. Apakah gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Luwak White Coffee pada masyarakat di Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang disebutkan diatas, maka tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Luwak White Coffee pada masyarakat di Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau.
2. Untuk mengetahui apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Luwak White Coffee pada masyarakat di Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau.
3. Untuk mengetahui apakah gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Luwak White Coffee pada masyarakat di Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi penulis untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani perkuliahan dalam bidang manajemen pemasaran dan sebagai menambah wawasan akan dunia bisnis.
2. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pemasaran yang dapat ditindak lanjuti.
3. Bagi para pembaca dan konsumen, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai beberpa faktor yang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam suatu produk.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Adapun rencana sistematika dalam penulisan proposal penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Merupakan uraian teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang muncul dalam penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Merupakan uraian mengenai kerangka penelitian, tahapan penelitian, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan data, metode pengambilan populasi dan sampel, metode pengujian kuisioner, metode pengolahan dan analisis data.

#### **BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Merupakan gambaran umum mengenai produk luwak white coffee yang merupakan produk dari PT. Java Prima Abadi.

**BAB V : HASIL PENELITIAN**

Merupakan uraian mengenai hasil dari penelitian yaitu pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk luwak white coffee pada masyarakat di Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau.

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Merupakan uraian tentang kesimpulan dan saran yang merupakan pernyataan singkat yang diambil dari analisis dan pembahasan penelitian dan mencoba memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi para konsumen luwak white coffee pada masyarakat di Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau.