STUDI PERBANDINGAN TINGKAT HARGA PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERMINTAAN WARUNG KOPI ASIANG, AMING COFFEE, DAN CW COFFEE DI KOTA PONTIANAK

Ujian Tugas Akhir

Muhammad Alif Al Assidqi
B1011211071

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNG PURA
PONTIANAK
2025

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Dengan ini, Pembimbing Tugas Akhir (TA) mahasiswa :

Nama	:	Muhammad Alif Al Assidqi
NIM	:	B1011211071
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Judul Tugas Akhir (TA)	:	Studi Perbandingan Tingkat Harga, Pelayanan dan Produk Terhadap Permintaan Warung Kopi Asiang, Aming Coffee, Dan CW Coffee

Menyatakan bahwa Tugas Akhir (TA) tersebut telah dikoreksi dan disetujui untuk diuji.*

	Nama/ NIP	Tgl/Bln/Thn	Tanda Tangan
Pembimbing Tugas Akhir	Abd. Mubaraq, S.E.Sy., M.A NIP. 199111292022031009		

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	Muhammad Alif Al Assidqi
NIM	B1011211071
Jurusan	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal / TA	Studi Perbandingan Tingkat Harga Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Permintaan Warung Kopi Asiang, Aming Coffee, Dan Cw Coffee Di Kota Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA)* dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugas Akhir (TA)* dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 2025

Muhammad Alif Al Assidqi
NIM. B1011211071

PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Muhammad Alif Al Assidqi
NIM	: B1011211071
Jurusan	: Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi	: UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)
Judul Proposal Tugas Akhir	: Studi Perbandingan Tingkat Harga, Pelayanan dan Produk Terhadap Permintaan Warung Kopi Asiang, Aming Coffee, Dan CW Coffee.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 2025

Muhammad Alif Al Assidqi

B1011211071

LEMBAR YURIDIS

Studi Perbandingan Tingkat Harga, Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Permintaan Warung Kopi Asiang, Aming dan CW Coffee di Kota Pontianak

Penanggung Jawab Yuridis

Muhammad Alif Al Assidqi

B1011211071

Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA)	:	16 Juli 2025

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	Abd. Mubaraq, S.E.Sy., M.A NIP 199111292022031009		
2.	Ketua Penguji	Dr. Windhu Putra, S.E., M.Si NIP 196404281989031004		
3.	Anggota Penguji	Fara Dina, S.E., M.E NIP 198607302019032010		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)

Pontianak,
Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan

Yanto, S.E., M.Sc.
NIP.197706152003121004

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Studi Perbandingan Tingkat Harga, Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Permintaan Warung Kopi Asiang, Aming dan CW Coffee di Kota Pontianak**". Shalawat dan salam tidak lupa penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya. Penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang ditentukan tanpa pertolongan Allah SWT, serta berbagai pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik dukungan materil, doa, tenaga, pikiran hingga motivasi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Teristimewa kedua orang tua penulis yaitu Bapak Rahmat dan Ibu Wiwik Yuniarti yang telah menjadi orang tua sukses mendidik anak-anaknya. Terimakasih yang tak terhingga atas limpahan kasih sayang dan cinta yang tulus, doa yang tak pernah putus, nasehat, perhatian, dan pengorbanan yang diberikan selalu membuat penulis bersyukur telah memiliki orang tua yang luar biasa dan bertanggung jawab.
2. Kepada saudara penulis Muhammad Basyar Rahmanda. yang selalu mendoakan, memberikan motivasi, dukungan moril dan materil kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
3. Bapak Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si. selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak, sekaligus merupakan dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.

6. Yanto, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
7. Dr. Windhu Putra, S.E., M.Si. dan Ibu Fara Dina, S.E., M.E. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan masukan untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini.
8. Seluruh jajaran dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Seluruh dosen pengajar Program Studi Ekonomi Islam yang telah mengajarkan ilmu yang bermanfaat, memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
10. Staf Akademik, Tata Usaha dan Staf Perpustakaan serta semua karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, yang telah membantu proses perkuliahan sampai pada penyelesaian tugas akhir ini.
11. Terima kasih yang tulus aku sampaikan untukmu, NF, yang telah setia mendampingi setiap langkahku selama proses penulisan skripsi ini. Di saat aku hampir menyerah, kamu hadir sebagai semangat yang tak pernah padam. Dukungan, perhatian, dan kesabaranmu menjadi kekuatan yang sangat berarti bagiku. Terima kasih telah percaya pada kemampuanku, mendengarkan keluh kesahku, dan tak pernah lelah memberi semangat. Semoga kita bisa bertumbuh Bersama walaupun dijalan berbeda dari, see u on top.
12. Terima kasih saya ucapkan kepada mentor saya yaitu Alan Mustaqim dan Raihan Navid karena telah membantu saya dan mengarahkan saya kepada hal hal penulisan yang benar, kepada jalan jalan yang baik menuju-Nya dan menemani saya.
13. Teman-teman seperjuangan masa kuliah, seluruh teman-teman Program Studi Ekonomi Pembangunan angkatan 2021 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang sudah menjadi bagian dari perjalanan selama perkuliahan.
14. Semua pihak yang telah terlibat dan mendukung penulis dalam proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas segala doa dan dukungan yang telah diberikan selama ini, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian, *Aamiin*.
15. Terakhir, kepada diri saya sendiri “Muhammad Alif Al Assidqi”. Terimakasih sudah berjuang dan bertahan sejauh ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena

bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih untuk tidak menyerah dalam hal sesulit apapun selama proses dimulainya masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Tetap bersyukur, rendah hati, dan bermanfaat bagi sesama.

Akhirnya atas jasa dan bantuan dari semua pihak, penulis ucapkan terima kasih banyak dan doa kepada Allah SWT semoga selalu berada dalam lindungan-Nya dan dibalas kebaikannya berlipat-lipat ganda serta menjadi amal jariyah. Semoga skripsi ini menjadi skripsi yang beguna dan bermanfaat bagi masyarakat serta menjadi berkah bagi penulis dan semua pihak yang terlibat. *Aamiin*.

Pontianak, 2025

Muhammad Alif Al Assidqi
NIM. B1011211071

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the differences in consumer perceptions of price, service quality, and product quality in the three coffee brands and to see their effects on consumer demand. In addition, this study also aims to identify the most dominant factors in influencing consumer demand. The method used in this study is a quantitative approach with a comparative design. Data were collected by distributing questionnaires to 350 respondents who are consumers of coffee brands in Pontianak City. The results showed that all statement items in the questionnaire were declared valid and reliable. Based on the Spearman correlation test, there is a positive relationship between the variables of price, service quality, and product quality on demand, although at different levels. Meanwhile, the results of the Kruskal-Wallis test showed that there was no significant difference between the three coffee brands in terms of price perception, service quality, and product quality. However, there is a tendency that Aming Coffee is superior in terms of product quality and demand

Keywords: *Price, Service Quality, Product Quality, Demand, Kruskal-Wallis, Pontianak Coffee*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan persepsi konsumen terhadap harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk pada ketiga brand kopi tersebut serta melihat pengaruhnya terhadap permintaan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi permintaan konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain komparatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 350 responden yang merupakan konsumen dari brand kopi di Kota Pontianak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan uji korelasi Spearman, terdapat hubungan positif antara variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap permintaan, meskipun pada tingkat yang berbeda-beda. Sementara itu, hasil uji Kruskal-Wallis menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara ketiga brand kopi dalam hal persepsi harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Namun demikian, terdapat kecenderungan bahwa Aming Coffee lebih unggul dari segi kualitas produk dan permintaan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Permintaan, Kruskal-Wallis, Kopi Pontianak.

STUDI PERBANDINGAN TINGKAT HARGA PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERMINTAAN WARUNG KOPI ASIANG, AMING COFFEE, DAN CW COFFEE DI KOTA PONTIANAK

RINGKASAN

Latar Belakang

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya industri kedai kopi di Kota Pontianak, yang ditandai dengan menjamurnya brand lokal seperti Warung Kopi Asiang, Aming Coffee, dan CW Coffee. Ketiga brand ini bersaing dalam menarik minat konsumen dengan strategi berbeda, baik dari segi harga, kualitas pelayanan, maupun kualitas produk. Mengingat kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, maka penting untuk mengetahui faktor apa saja yang paling memengaruhi permintaan konsumen terhadap brand Kopi Asiang, Aming Coffee dan CW Coffee di Kota Pontianak.

Permasalahan

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap permintaan kopi pada ketiga warung tersebut, serta faktor mana yang paling dominan dalam memengaruhi permintaan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan dan perbedaan persepsi konsumen terhadap variabel-variabel tersebut serta untuk mengidentifikasi variabel yang paling kuat pengaruhnya terhadap permintaan.

Tujuan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain komparatif dan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 350 responden, pengukuran menggunakan skala likert 5 poin dan dianalisis menggunakan SPSS versi 23. Penelitian ini dilakukan untuk

mengidentifikasi hubungan Permintaan (Y) dengan Variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3). Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis berapa besar pengaruh harga terhadap Permintaan warung kopi Asiang, Aming, dan CW Coffee di Kota Pontianak
2. Mengidentifikasi dan menganalisis berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap Permintaan warung kopi Asiang, Aming , dan CW Coffee di Kota Pontianak
3. Mengidentifikasi dan menganalisis berapa besar pengaruh kualitas produk terhadap Permintaan warung kopi Asiang, Aming, dan CW Coffee di Kota Pontianak.

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain komparatif dan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 350 responden. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian layak digunakan. Uji Korelasi Spearman menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk semuanya berpengaruh positif terhadap permintaan, meskipun dengan kekuatan hubungan yang tergolong lemah. Hasil uji Kruskal-Wallis menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara ketiga brand dalam persepsi harga, pelayanan, dan produk, namun terdapat kecenderungan bahwa Aming Coffee unggul dari segi kualitas produk dan tingkat permintaan.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa semua variabel (harga, pelayanan, dan produk) berhubungan positif dengan permintaan. Namun demikian, tidak ada perbedaan signifikan antar brand secara statistik**,** meskipun Aming Coffee cenderung lebih unggul dalam beberapa aspek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membandingkan pengaruh tingkat harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap permintaan konsumen pada tiga brand kopi di Kota Pontianak, yaitu Warung Kopi Asiang, Aming Coffee, dan CW Coffee. Meskipun secara statistik hasil uji Kruskal-Wallis menunjukkan tidak adanya perbedaan signifikan antar ketiga brand untuk masing-masing variabel, terdapat temuan praktis yang penting dalam melihat kecenderungan preferensi konsumen.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 350 responden yang berdomisili di Kota Pontianak, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Secara umum, tidak terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik dalam persepsi konsumen terhadap harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dari Warung Kopi Asiang, Aming Coffee, dan CW Coffee.
2. Meskipun tidak signifikan, terdapat kecenderungan bahwa Aming Coffee lebih unggul dalam hal kualitas produk dan permintaan, sementara CW Coffee dinilai lebih baik dari segi persepsi harga.
3. Seluruh variabel independen (harga, pelayanan, dan kualitas produk) memiliki hubungan positif terhadap permintaan, yang menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap ketiga aspek tersebut, maka permintaan cenderung meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi ketiga brand kopi, disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk secara konsisten karena aspek ini cenderung paling memengaruhi minat beli konsumen.

2. CW Coffee dapat memanfaatkan keunggulan dalam persepsi harga untuk menarik konsumen baru dengan strategi promosi yang lebih agresif.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti loyalitas pelanggan, citra merek, atau promosi digital guna memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap faktor- faktor yang memengaruhi permintaan.

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMA KASIH 5
ABSTRACT 8
DAFTAR ISI II
DAFTAR TABEL IV
DAFTAR GAMBAR I
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.2.1 Pernyataan Masalah 4
1.2.2 Pertanyaan Penelitian 4
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Kontribusi Penelitian 5
BAB II TELAAH PUSTAKA 6
2.1 Tinjauan Teori 6
2.1.1 Teori Permintaan 6
2.1.2 Teori UMKM 8
2.1.3 Teori Konjungtur 9
2.1.4 Harga 10
2.1.5 Kualitas Pelayanan 12
2.1.6 Kualitas Produk 13
2.2 Tinjauan Empiris 13
2.3 Kerangkan Konseptual dan Hipotesis Penelitian 18
2.3.1 Kerangka Konseptual 18
2.3.2 Hipotesis Penelitian 18
BAB III METODE PENELITIAN 20
3.1 Bentuk, Tempat dan Waktu Penelitian 20
3.2 Data 20
3.3 Metode Dan Pengumpulan Data 20
3.3.1 Kuesioner 20
3.3.2 Dokumen 21
3.4 Populasi dan Sampel 21
3.5 Variabel Penelitian 22
3.5.1 Variabel Dependen 22

3.5.2 Variabel Independen 22
3.6 Metode dan Alat Analisis 23
3.6.1 Analisis Deskriptif 23
3.6.2 Uji Instrumen Penelitian 23
3.5.1. Analisis Korelasi *Spearman Rank* 24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 25
4.1. Hasil Penelitian 25
4.1.1 Deskripsi Data 25
4.1.2 Profil Responden 25
4.2 Uji instrument penelitian 26
4.2.1 Uji Validitas 26
4.3 Uji Reliabilitas 28
4.4 Uji Korelasi *Rank Spearman* 29
4.4.1 Pengaruh Harga (X1) terhadap Permintaan (Y) 29
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Permintaan .. 33
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Permintaan (Y) 38
4.5 Uji Kruskal-Wallis 42
4.5.1 Hasil Uji Kruskal-Wallis terhadap Variabel Harga 43
4.5.2 Hasil Uji Kruskal-Wallis terhadap Variabel Kualitas Pelayanan 43
4.5.3 Hasil Uji Kruskal-Wallis terhadap Variabel Kualitas Produk 44
4.5.4 Hasil Uji Kruskal-Wallis terhadap Permintaan 45
4.6 Pembahasan 47
4.6.1 Pengaruh Harga terhadap Permintaan 47
4.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Permintaan 49
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Permintaan 51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 54
5.1 Kesimpulan 54
5.2 Saran 54
DAFTAR PUSTAKA 55

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Nilai Rata-Rata (Mean) Dari Masing-Masing Variabel..... 25
Table 4.12 Interpretasi Koefisien Nilai R..... 31
Table 4.13 Hasil Uji Rank Spearman pada CW Coffee 32
Table 4.14 Interpretasi Koefisien Nilai R..... 33
Table 4.15 Hasil Uji Rank Spearman Pada Warung Kopi Asiang..... 33
Table 4.16 Interpretasi Koefisien Nilai R..... 34
Table 4.17 Hasil Uji Rank Spearman Pada Aming Coffee..... 35
Tabel 4.18 Interpretasi Koefisien Nilai R..... 36
Table 4.19 Hasil Uji Rank Spearman Pada CW Coffee 37
Table 410 Hasil Uji Kruskal Wallis..... 45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah CW Coffee, Aming Coffee, dan Kopi Asiang Di Kota Pontianak 1
Gambar 2.1 Kurva Permintaan 8

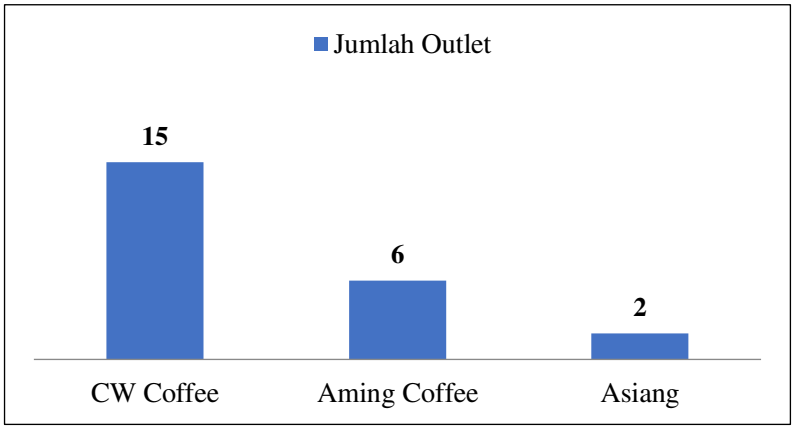
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kopi terkhususnya di Kota Pontianak semakin pesat seiring dengan meningkatnya tren konsumsi kopi di kalangan masyarakat. Sebagai komoditi, komoditi kopi dapat menyumbang peranan berupa sumber penerimaan devisa negara, sumber mata pencaharian bagi petani kopi, sebagai stimulus sektor industri perkebunan agroindustri, diversifikasi lahan dan konservasi sumber daya alam. Terlepas dari peluang ekspor yang kian besar, permintaan kopi di dalam negeri masih berpeluang besar mengalami peningkatan. (Ditjenbun dalam Haris Fadhillah, 2023).

Mengkonsumsi kopi sudah menjadi trend dalam beberapa tahun terakhir, dimana kopi adalah salah satu komoditas yang diunggulkan di Indonesia karena berperan penting dalam kemajuan ekonomi di Indonesia. Keaslian produksi kopi mempengaruhi peningkatan konsumsi kopi yang hingga kini mencapai 7,7% dalam satu tahun, namun melebihi rata-rata konsumsi kopi dunia yang hanya sebesar 2,5% per tahun (Purnomo et al., 2019). Di Kota Pontianak sendiri, CW Coffee memiliki outlet paling banyak diantara ketiga objek penelitian, diikuti Aming Coffee dan Kopi Asiang.

Gambar 1.1 Jumlah CW Coffee, Aming Coffee, dan Kopi Asiang Di Kota Pontianak



Sumber : Google maps dan website Objek Penelitian (2025).

Berdasarkan data di atas menunjukkan jumlah outlet dari tiga merek kedai kopi di Kota Pontianak. CW Coffee memiliki jumlah outlet terbanyak dengan 15 lokasi, diikuti oleh Aming Coffee yang memiliki 6 outlet. Sementara itu, Asiang memiliki jumlah outlet paling sedikit, yaitu hanya 2. Data ini menunjukkan bahwa CW Coffee memiliki jaringan usaha yang lebih luas dibandingkan dua kedai kopi lainnya. Ketiga brand ini memiliki segmentasi pasar dan karakteristik yang berbeda, namun memiliki tujuan yang sama yaitu untuk menarik konsumen dengan cara menawarkan produk kopi berkualitas dengan berbagai varian.

Dalam teori ekonomi, harga memiliki peran penting sebagai indikator nilai suatu barang serta sebagai alat pertukaran dalam transaksi ekonomi. Konsumen cenderung membandingkan harga produk dengan manfaat atau kepuasan yang diperoleh dari pembelian tersebut. Menurut (Kotler and Armstrong dalam Nirma, 2019), selain bukti fisik, faktor harga juga menjadi salah satu faktor penentu kepuasan konsumen. mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen. Tinggi rendahnya harga menjadi patokan para konsumen dalam menilai puas atau tidaknya atas produk yang mereka beli (Latifah & Sukmawati, 2024).

Menurut Devi et al., (2022) penetapan harga harus mempertimbangkan faktor secara langsung atau tidak langsung yang mempengaruhi harga. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah bahan baku, biaya produksi dan biaya pemasaran. Faktor tidak langsungnya adalah harga jual produk yang ditawarkan pesaing. Secara umum, harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, semakin tinggi harga, semakin tinggi juga ekspektasi konsumen terhadap kepuasan yang akan mereka dapatkan melalui harga produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, strategi penetapan harga menjadi salah satu aspek krusial dalam persaingan bisnis, terutama dalam industri makanan dan minuman seperti kopi.

Dalam industri kedai kopi, harga sering kali dipertimbangkan bersama dengan faktor lain seperti kualitas pelayanan dan produk. Kedai kopi yang menawarkan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional cenderung memiliki pelanggan yang lebih loyal dibandingkan dengan yang hanya mengandalkan faktor harga atau produk semata. Oleh karena itu, supaya dapat bertahan dan

berkembang, pengelola bisnis dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan dari segi harga dan kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan konsumen dan menghadapi persaingan dalam bisnis (Devi et al., 2022).

Hasil penelitian oleh Lathifa & Silvianita, (2023) yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kenangan di Bandung, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan (Lathifa & Silvianita, 2023). Selain faktor harga dan kualitas pelayanan, kualitas produk merupakan faktor utama dalam menentukan permintaan kopi.

Kualitas poduk adalah konsumen merasakan adanya kekcocokan pada produk tersebut sehingga keinginannya sesuai dengan harapan dalam memenuhi kebutuhanya. (Dadang, 2019). Konsumen cenderung memilih kedai kopi yang menawarkan produk dengan kualitas yang konsisten dan memenuhi preferensi mereka. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas (Devi et al., 2022).

Dalam konteks persaingan bisnis, kedai kopi yang mampu menjaga kualitas produknya akan lebih unggul dalam menarik pelanggan. Faktor seperti pemilihan biji kopi, teknik penyeduhan, serta inovasi dalam variasi menu juga menjadi indikator utama dalam penilaian konsumen terhadap kualitas produk suatu kedai kopi. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dalam waktu yang lama karena kualitas produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha atau bisnis selalu meningkat dari waktu ke waktu serta adanya komunikasi yang baik antara pemilik usaha atau karyawan usaha tersebut dan konsumen (Fadhli & Pratiwi, 2021).

Dalam konteks ini, penting untuk melakukan studi perbandingan terhadap ketiga brand kopi tersebut untuk melihat sejauh mana harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berperan dalam menarik minat konsumen di Kota Pontianak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan dan hubungan antara tingkat harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap permintaan kopi dari ketiga merek tersebut, serta untuk mengetahui faktor-faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pernyataan Masalah

Kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup bermasyarakat di Kota Pontianak, dengan berbagai kedai kopi bermunculan untuk memenuhi permintaan pasar. Diantara warung kopi yang cukup popular adalah warung kopi Asiang, Aming, dan CW Coffee ketiga warung kopi ini memiliki basis pelanggan yang kuat namun terdapat perbedaan dalam aspek harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk yang ditawarkan. Permintaan pelanggan terhadap suatu produk tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk itu sendiri, tetapi juga oleh harga yang ditetapkan serta tingkat pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu penting untuk menganalisis bagaimana perbandingan antara warung kopi Asiang, Aming Coffee, dan CW Coffee dalam aspek harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk serta bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi permintaan pelanggan di Kota Pontianak.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah harga berpengaruh terhadap Permintaan Warung Kopi Asiang, Aming, CW Coffee di Kota Pontianak?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Permintaan Warung Kopi Asiang, Aming, CW Coffee di Kota Pontianak?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Permintaan Warung Kopi Asiang, Aming dan CW Coffee di Kota Pontianak?
4. Apakah variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap permintaan Warung Kopi Asiang, Aming, dan CW Coffee di Kota Pontianak?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dan menganalisis berapa besar pengaruh harga terhadap Permintaan warung kopi Asiang, Aming, dan CW Coffee di Kota Pontianak
2. Mengidentifikasi dan menganalisis berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap Permintaan warung kopi Asiang, Aming , dan CW Coffee di Kota Pontianak
3. Mengidentifikasi dan menganalisis berapa besar pengaruh kualitas produk terhadap Permintaan warung kopi Asiang, Aming, dan CW Coffee di Kota Pontianak.

1.4 Kontribusi Penelitian

Kontribusi Teoritis

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk mengembangkan teori terkait Permintaan Warung Kopi Asiang, Aming, dan CW Coffee di Kota Pontianak.
2. Penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan teori yang terkait dengan Permintaan Warung Kopi Asiang, Aming dan CW Coffee Pontianak.

Kontribusi Praktis

1. Penelitian ini dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik warung kopi Asiang, Aming, dan CW Coffee dalam upaya peningkatan tingkat harga, pelayanan, dan kualitas produk terhadap tingkat Permintaan Warung Kopi di Kota Pontianak.
2. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.