

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Jaman modern seperti sekarang, bisnis kuliner khususnya minuman merupakan salah satu bisnis yang berkembang cukup pesat. Setiap pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner dituntut untuk selalu memiliki kreativitas dalam pengelolaan tempat bisnisnya. Untuk tetap dapat bersaing di industri kuliner, selain harus memiliki kreativitas pelaku usaha harus dapat menimbulkan minat beli ulang konsumen karena jika konsumen hanya tertarik sekali saja untuk membeli maka keberlangsungan suatu bisnis juga dapat terancam. Pertumbuhan ekonomi di dunia yang dinamis dan kompleks memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Arifiani, 2015). Perkembangan industri yang terus meningkat membuat perusahaan-perusahaan banyak bermunculan dalam berbagai industri dan mengakibatkan adanya persaingan yang semakin ketat dan semakin banyak usaha dari berbagai jenis produk yang muncul dalam berbagai bidang (Almira dkk, 2020), khususnya bisnis minuman dengan topping *bubble* atau minuman boba. Permintaan masyarakat yang terus meningkat akan minuman praktis dan lebih sedikit mengandung bahan pengawet menjadi salah satu alasan minuman boba eksis (Vadhia Lidyana, 2019). Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing

produknya di pasar, hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meraih keunggulan kompetitif terhadap para perusahaan pesaing, untuk dapat berkembang dan menciptakan keunggulan bersaing atas produk, pelayanan dan harga dalam upaya memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan bisnis (Bayu, 2016). Perusahaan yang bergerak pada industri tersebut saling berlomba-lomba untuk berinovasi di dalam menghasilkan makanan maupun minuman yang enak dan menarik, sehingga mampu menarik perhatian dari para konsumen. Salah satu produk minuman yang cukup menjadi trend di kalangan anak muda masa kini adalah bubble tea atau yang dikenal dengan sebutan Boba. Industri ini didorong oleh keinginan pemilik gerai untuk mengembangkan serta menambah pilihan produk minuman *bubble* yang ada pada saat ini dengan menghadirkan menu-menu yang berbeda dari pesaing, serta mengubah pola konsumsi minuman bersoda (berkarbonasi) menjadi minuman yang lebih sehat bagi tubuh. Industri minuman bobba ini di dalam memasarkan produknya memanfaatkan media cetak, media social serta media promosi lainnya yang mampu menjangkau banyak konsumen khususnya kalangan generasi muda (Hery W,2020). Produk-produk ini mampu menarik perhatian para konsumennya khususnya kalangan generasi milenial dari segi kualitas produk, kemasan, cita rasa, harga yang terjangkau, maupun dari segi pelayanan yang diterapkan dalam perusahaan tersebut.

Pertumbuhan industry makanan dan minuman di Indonesia setiap tahunnya meningkat di atas 7-8%. Sedangkan untuk industri minuman pertumbuhannya bisa lebih tinggi persentasenya (Dyah P, 2020). Permintaan

masyarakat yang terus meningkat akan minuman praktis dan sedikit mengandung bahan pengawet menjadi salah satu alasan mengapa minuman boba/ *bubble* menjadi eksis di kalangan masyarakat. Sudah banyak gerai yang menjual minuman jenis boba seperti Chatime. Kualitas dari gerai Chatime tidak terlepas dari kualitas produk yang ditawarkan serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut sehingga mampu menumbuhkan minat beli ulang konsumen. Chatime selalu menjaga cita rasa aslinya dan mengkombinasikan 30 persen produk baru dikeluarkan pertahunnya. Tidak hanya menjaga kelezatannya tapi juga kreativitasnya yang selalu menjadikan pelanggan dijamin selalu segar. Berikut merupakan data Top Brand Index berdasarkan jenis minuman boba/bubble:

**Tabel 1.1**

**Top Brand Index**

**BUBBLE DRINK**

BRAND	TBI 2021	
Chatime	52.4%	TOP
Hop Hop	12.5%	TOP
Lup Lup	10.3%	TOP
Chill Bubble Tea	9.2%	
Quickly	2.1%	

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

Dapat dilihat dalam Tabel 1.1 diatas bahwa produk Chatime menjadi produk unggulan dibandingkan produk minuman bubble lainnya. Pada penelitian ini saya memilih objek minuman Chatime karena daya beli generasi milenial atau kalangan muda merupakan pelanggan setia minuman boba seperti Chatime, sehingga mereka tidak keberatan dalam mengkonsumsi minuman boba dalam beberapa kali, ditambah dilihat dari segi harga yang cukup terjangkau membuat masyarakat semakin tertarik untuk mengkonsumsi minuman tersebut. Pada penelitian ini peneliti juga menggunakan variabel (X) yaitu Kualitas produk dan Kualitas layanan konsumen, sudah cukup banyak produk minuman jenis boba/*bubble*, hal tersebut membuat perusahaan harus dapat memberikan kualitas produk yang baik untuk konsumennya dan memberikan pelayanan yang baik untuk para calon konsumen agar minat beli ulang akan tumbuh dengan sendirinya.

Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk beserta ciri-ciri lainnya (Kotler dan Armstrong,2010; dalam Rizan dan Andika, 2011). Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan. Kualitas produk berdasarkan peneliti sebelumnya memberikan bukti bahwa kualitas produk memiliki pengaruh langsung terhadap minat beli ulang konsumen hal ini ditunjukkan penelitian oleh Basrah Saidani dan Samsul Arifin (2012). Bahwa kualitas produk memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap minat beli ulang konsumen.

Variabel lain yang mempengaruhi minat beli ulang salah satunya adalah kualitas layanan, kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan yang mereka terima/rasakan (Kotler, 2005).

Kualitas layanan berdasarkan berdasarkan penelitian sebelumnya memberikan bukti bahwa kualitas layanan, selain memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, juga memberikan pengaruh terhadap minat beli. Hal ini ditunjukkan penelitian Rahma (2007) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memilih untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Minuman Chatime Di Bandar Lampung ”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh pada minat beli ulang konsumen?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh pada minat beli ulang konsumen?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama pada minat beli ulang konsumen?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Menguji apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen.
2. Menguji apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen.
3. Menguji apakah kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan informasi yang dapat dijadikan perbandingan dalam melakukan penelitian di bidang pemasaran.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, konsep dan teori mengenai perilaku konsumen dalam menyusun strategi menggunakan kualitas produk dan kualitas layanan sehingga mampu menimbulkan atau mempengaruhi minat beli ulang konsumen.
2. Manfaat Praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi tambahan bagi perusahaan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terutama yang berkaitan dengan kualitas produk dan kualitas layanan.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran atau contoh untuk mengetahui tanggapan dari konsumen mengenai kualitas produk dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang konsumen.

### **1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Untuk menghindari meluasnya permasalahan dalam penelitian maka perlu ada pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas layanan dan minat beli ulang.
2. Penilaian hasil penelitian didapatkan dari menyebar kuesioner kepada responden.
3. Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Bandar Lampung.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut :

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas atau menguraikan tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kontribusi penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini akan membahas mengenai teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, pengembangan hipotesis, dan kerangka pikir.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik analisis data, uji hipotesis.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai deskripsi data, pengujian hipotesis dan pembahasan atau diskusi

## **BAB V SIMPULAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian dan implikasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya