

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha bisnis makanan dan minuman di Indonesia berkembang sangat pesat. Meningkatnya kesejahteraan dan perubahan gaya hidup masyarakat memberikan dampak yang signifikan bagi industri makanan dan minuman. Awalnya masyarakat Indonesia hanya mengenal minuman ringan seperti air mineral, teh, atau minuman kesehatan yang dikemas dalam bentuk kemasan namun sekarang banyaknya jenis variasi dari minuman yang dapat diminum langsung atau ditawarkan langsung kepada konsumen.

Saat ini, di wilayah Jakarta sudah terdapat berbagai variasi minuman dan makanan. Produk minuman yang ada di Jakarta seperti Starbucks, KOI The, Fore Coffee, Chatime, dll. Persaingan memperebutkan pembeli begitu ketat sehingga menuntut setiap pelaku usaha harus bekerja lebih keras lagi untuk turut serta dalam persaingan tersebut. Tantangan yang dihadapi oleh masing-masing pelaku usaha adalah selalu memberikan yang terbaik untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasar. Maka dari itu, setiap pelaku usaha harus dapat menyusun dan mendesain suatu strategi yang nantinya mampu mendukung usahanya.



Minuman ini sekarang mudah jumpai di gerai-gerai yang menjual minuman berbahan dasar teh di mall-mall. Selain di mall, terdapat juga cafe-cafe yang menjual minuman ini dan menyediakan tempat untuk pelanggan yang ingin bersantai, nongkrong, dll. Berdasarkan observasi peneliti, penggemar minuman teh ini sebagian besar adalah remaja. Tidak sedikit dari mereka datang mengunjungi mall dan cafe-cafe hanya untuk membeli minuman dengan berbahan dasar teh.

Salah satu gerai minuman teh tersebut yang disukai oleh pasar adalah Chatime. Fenomena yang terjadi saat ini adalah banyaknya orang yang rela mengantri hanya untuk membeli minuman ini. Di Indonesia Chatime sudah banyak dibuka di kota-kota besar, seperti di Jakarta, Bandung Semarang, Tasikmalaya, Bali, dll. Chatime adalah minuman yang berasal dari Taiwan. Konsep dari Chatime adalah good tea good time dimana minuman disesuaikan dengan cita rasa yang digemari mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Chatime memiliki kualitas yang diakui di pasar internasional sehingga menarik perhatian dari masyarakat Indonesia. Variasi menu minuman serta topping yang banyak juga menjadi salah satu daya tarik dari para konsumen.

Masyarakat Indonesia menyambut kehadiran Chatime di Indonesia dengan memberikan respon yang positif. Mengingat teh adalah salah satu varian minuman yang digemari oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia dan merupakan komoditi utama di Indonesia. Chatime berhasil mengimbangi “senior”nya di pasar, bahkan lebih menonjol. Yang membedakan Chatime dari pesaingnya adalah Chatime tidak menggunakan teh instan seperti minuman bubble tea umumnya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Setia selaku area leader Chatime di Bandung, mengatakan bahwa semua bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk yang ditawarkan menggunakan bahan-bahan yang segar dan tidak menggunakan pengawet sehingga minuman yang disajikan kepada konsumen selalu *fresh*.

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut adalah data hasil survey yang dilakukan oleh Top Brand terhadap

kategori produk bubble drink pada tahun 2017 dan 2018 :

**Tabel 1.1**

**Top Brand Award kategori *Bubble Drink***

2017			2018		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Chatime	46,60%	TOP	Chatime	44,88%	TOP
Hop-hop	22,50%		Hop-hop	30,74%	
Lup-lup	5,80%		Lup-lup	6,31%	
Quickly	3,20%		Quickly	2,01%	

Sumber : <https://www.topbrand-award.com/en/2017/05/bubble-drink-teen-2017/> dan <https://www.topbrand-award.com/en/2018/05/bubble-drink-teen-2018/>

**Persaingan Minuman Merk Lain dengan Chatime**

Berikut merupakan persaingan minuman antar gerai yang menjual bubble tea :

- 1 KOI
- 2 Shiny Tea
- 3 Share Tea

Gerai-gerai yang menjual bubble tea yang disebabkan diatas menjual produk yang sejenis namun memiliki atribut produk dan kualitas layanan yang berbeda-beda.

Gambar 1.1

Daftar Menu Chatime

Category	Item	R	L	
Oriental Pop Tea	Japanese Sakura Sencha	20	23	
	Anxi Tie Guan Yin Tea	20	23	
	Green Tea Latte	23	26	
	Tie Guan Yin Tea Latte	23	26	
	Matcha Tea Latte	23	26	
	Black Tea Latte	23	26	
Chatime Special Mix	Honey Green / Black Tea	21	24	
	Pearl Green/ Black Tea	21	24	
	Mango Green Tea	21	24	
	Grapefruit Green Tea	21	24	
	Lemon Green/Black Tea	21	24	
	Taiwan Plum Ice Tea	21	24	
	Passion Fruit Green Tea	21	24	
	Sour Plum Green Tea	21	24	
	Yoghurt Green/Black Tea	22	25	
QQ Jelly	Grass Jelly Roasted Milk Tea	23	26	
	Taiwan Mango Juice QQ	24	28	
	Passion Fruit Juice QQ	24	28	
	Grapefruit Juice QQ	24	28	
	QQ Milk Tea	24	28	
	Grass Jelly Milk Tea	23	26	
Mousse	Black Tea Mousse	22	25	
	Green Tea Mousse	22	25	
	Matcha Mousse	25	29	
	Roasted Tea Mousse	22	25	
Mellow Milk Tea	Chatime Roasted Milk Tea	20	23	
	Brown Rice Green Milk Tea	20	23	
	Oolong Milk Tea	20	23	
	Chatime Milk Tea	20	23	
	Jasmine Green Milk Tea	20	23	
	Strawberry Milk Tea	22	26	
	Vanilla Milk Tea	22	25	
	Hazelnut Milk Tea	22	25	
	Caramel Milk Tea	22	25	
	Honey Milk Tea	22	25	
Coffee	Americano	21	23	
	House Blended Coffee	23	25	
	Latte	25	27	
	Cappuccino	25	27	
	Mochaccino	26	28	
	Vanilla Latte	26	28	
	Hazelnut Latte	26	28	
	Caramel Latte	26	28	
	Smoothies Series	Mango Smoothie	22	25
		Passion Fruit Smoothie	22	25
Strawberry Smoothie		22	25	
Peach Smoothie		22	25	
Strawberry Yoghurt Smoothie		23	27	
Lemon Yoghurt Smoothie		23	27	
Matcha Red Bean Smoothie		25	30	
Energetic Healthy Juice	Hawaii Fruit Tea	22	25	
	Yoghurt Lemon Juice	23	26	
	Superior Pure Cocoa	23	26	
	Honey Lemon Aloe	24	27	
Fresh Tea	Oolong Tea	18	21	
	Chatime Roasted Tea	18	21	
	Jasmine Green Tea	18	21	
	Black Tea	18	21	
	Brown Rice Green Tea	18	21	

Sumber : arduzat.org.

Dikarenakan target market dari Chatime adalah semua kalangan maka Chatime juga memberikan layanan kebebasan memilih jenis the, topping, jumlah gula, jumlah es batu, serta ukuran cup yang ingin disajikan dalam minumannya. Hal-hal tersebut membuat Chatime diminati para penggemar minuman saat ini, termasuk juga pelayanan, lokasi dan kenyamanan gerai, menjadi penarik minat mengkonsumsi Chatime.

Berdasarkan sumber artikel pearl bubble tea ada seorang remaja berusia 14 tahun di Tiongkok, mengeluhkan sakit dan bengkak pada area perutnya. Setelah dokter melakukan pemeriksaan foto rontgen oleh dokter, terlihat gambaran bulatan-bulatan



kecil yang tidak tercerna. Pada dasarnya Tapioka, yang menjadi bahan utama dari *bubble* dalam minuman *bubble tea*, memang bukanlah bahan makanan yang memiliki kandungan gizi yang tinggi. Bahan yang didapat dari singkong ini, sebagian besarnya terdiri dari zat nabati yang sangat tinggi kandungan karbohidrat, dan hanya mengandung sangat sedikit serat, protein, maupun nutrisi lainnya. Meski begitu, bukan berarti tapioka pasti akan menyebabkan penumpukan di saluran pencernaan dan tidak bisa dicerna sama sekali. Menilik kasus remaja tersebut, seperti [dilansir dari Mothership](#), dokter yang menangani berpendapat bahwa tapioka memang sulit dicerna namun, *tapioca pearl* dalam *bubble tea* yang dikonsumsi remaja tersebut, juga bisa jadi mengandung bahan kimia lain, dan membuatnya semakin sulit dicerna. Dikarenakan ada munculnya contoh kasus diatas maka perusahaan-perusahaan minuman *bubble tea* seperti Chatime harus lebih memperhatikan kualitas produk yang digunakan dalam pembuatan topping minuman Chatime seperti *bubble* agar *bubble* lebih mudah dicerna dan tidak ada kejadian Sembali seperti kasus yang diatas.

Setiap perusahaan akan berusaha mengembangkan suatu strategi pemasaran yang dapat menjangkau pasar sasarnya dengan seefektif mungkin. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan memperhatikan kualitas layanan yang diberikan terhadap pelanggan dan atribut produk seperti kualitas produk, fitur produk, dan gaya serta desain produk yang baik sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong (2017 : 272), *product atribut* adalah pengembangan suatu produk / jasa melibatkan manfaat yang ditawarkan produk / jasa tersebut. Manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk setelah kualitas, fitur serta gaya dan desain. Persaingan sekarang yang semakin menuntut pihak Chatime untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



senantiasa meningkatkan kualitas layanan dan atribut produk yang baik terhadap pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan merasa puas dan memberikan kontribusi yang positif bagi pihak Chatime. Dalam meningkatkan atribut produk, pihak Chatime memberikan layanan terhadap pelanggan seperti menggunakan kualitas produk yang baik, bahan-bahan baku untuk minuman dapat dipercaya, memiliki banyak pilihan rasa, design gelas tempat minuman yang menarik, dll. Menurut Lewis dan Booms dalam Triptono dan Chandra (2017:125), kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dalam meningkatkan kualitas layanan, pihak Chatime memberikan layanan terhadap pelanggan seperti memberikan pelayanan yang cepat dan sesuai terhadap kebutuhan pelanggan, memberikan layanan yang sopan dan baik terhadap pelanggan, dll.

Selain meningkatkan kualitas layanan dan atribut produk yang baik terhadap pelanggan, pihak Chatime mengadakan beberapa aneka program yang menarik seperti dalam merayakan Anniversary Ke-8 Chatime Gelar Aneka Program Menarik yaitu Cup Design Competition, peluncuran Thai Tea series, promo khusus, hingga kegiatan sosial. Dalam melaksanakan Cup Design Competition, peserta kompetisi ditantang untuk berkreasi membuat desain bertema “Bangga Indonesia” dan hasil karya pemenang akan digunakan sebagai desain gelas untuk menu seasonal edisi perayaan kemerdekaan di Bulan Agustus 2019. Selain melaksanakan Cup Design Competition, pihak Chatime juga meluncurkan kembali minuman Thai Tea Series yang sebelumnya mendapatkan antusiasme besar dari pelanggan. Terdapat dua varian rasa yang ditawarkan yaitu Thai Tea Original dan Thai Tea Coffee.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Chatime di Jakarta Utara dan penelitian ini diberi judul “Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Chatime di Jakarta Utara.”

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap kepuasan pelanggan Chatime di Jakarta Utara ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Chatime di Jakarta Utara ?
3. Apakah pelanggan puas terhadap produk Chatime di Jakarta Utara ?

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah-masalah yang diteliti antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan Chatime terhadap kepuasan pelanggan Chatime di Jakarta Utara ?
2. Bagaimana pengaruh atribut produk Chatime terhadap kepuasan pelanggan Chatime di Jakarta Utara ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## D. Batasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, maka penulis akan membatasi penelitian ini pada :

1. Objek yang akan diteliti adalah Kualitas Layanan, Atribut Produk, dan Kepuasan Pelanggan Chatime.
2. Wilayah yang akan diteliti adalah Jakarta Utara.
3. Subyek penelitian ini adalah adalah para pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi minuman Chatime.

## E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang terurai diatas maka dapat disimpulkan rumusannya masalahnya adalah “Pengaruh atribut produk dan kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Chatime di Jakarta Utara?”

## F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap kepuasan pelanggan Chatime di Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Chatime di Jakarta Utara.

## G. Manfaat Penelitian

- a. Bagi perusahaan
  1. Membantu perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Chatime di Jakarta Utara.
  2. Memberikan informasi berdasarkan “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Chatime di Jakarta Utara”





3. Memberikan rekomendasi yang bersifat saran untuk meningkatkan atribut produk dan kualitas pelayanan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan Chatime di Jakarta Utara.

**C**

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**b. Bagi pihak lain**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Agar dapat menjadi referensi / pertimbangan dalam memilih minuman dengan harga yang terjangkau yang telah memenuhi syarat dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

**c. Bagi Penelitian Selanjutnya**

1. Sebagai salah satu bahan referensi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian.

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.