



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan industri makanan dan minuman berkembang pesat. 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. Café menjadi salah satu alternatif untuk menjual minuman, café menjadi trend bagi konsumen di wilayah kota- koba besar. Konsumen menjadikan Café sebagai tempat untuk bersantai atau bersoailisasi dengan keluarga, teman maupun tempat pertemuan bisnis atau sebagai tempat unutupuk belajar. Berubahnya gaya hidup masyarakat mempengaruhi pertumbuhan industri café sangat cepat menyebar dengan membuka gerai baru seiring dengan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang pesat.

Salah satunya pada industri minuman yang mana banyak perusahaan-perusahaan yang menawarkan minuman dengan berbagai jenis, salah satunya adalah minuman dengan jenis bubble drink. Kebutuhan masyarakat yang meningkat dan perubahan gaya hidup masyarakat membuat industri minuman berkembang dengan cepat terutama minuman yang berbahan dasar teh, yang mana teh banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang bubble drink yang menawarkan minuman berbahan dasar teh adalah Chatime.

Chatime untuk pertama kalinya hadir di Indonesia pada Februari 2011 dan berlokasi di Alam Sutera, Tangerang. Konsep dari Chatime adalah “Good Tea,

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 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.

Good Time”,dimana minuman Chatime sesuai dengan cita rasa yang digemari oleh semua usia, mulai dari anak-anak, remaja,hingga dewasa..

Chatime menjadi pionir dalam bisnis bubble tea. Chatime menggunakan konsep menyesuaikan keinginan konsumen. Bagi Chatime, konsistensi rasa adalah hal yang paling penting. Chatime memiliki berbagai macam rasa yang dikelompokkan kedalam enam kategori (Gambar 1.1), yaitu signature milk tea, tea-presso, smoothies, tea prific, coffee dan latte, mood fresh. Beragam menu minuman tersebut dibanderol dengan dangan harga mulai dari Rp 15.000,-hingga Rp 27.000,- dengan ukuran 500 ml dan 700 ml.Salah satu faktor inilah yang menjadi diferensiasi produk dari Chatime dibandingkan dengan produk bubble tealainnya. Selain itu, bahan baku yang digunakan juga diimpor langsung dari Taiwan sehingga menjadikan cita rasa Chatime menjadi khas.

Untuk bubble,Chatime mengolahnya sendiri dengan bahan dasar dari tepung tapioca. Bubble dibuat setiap empat jam sekali dan tanpa menggunakan bahan pengawet. Oleh karena itu, Chatime menyarankan agar sebaiknya bubble dikonsumsi langsung agar tidak terjadi perubahan tekstur.

Gambar 1.1

Daftar Menu Chatime



<https://images.app.goo.gl/TwErPQG8acBuY5V6>



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.



Chatime juga menyediakan berbagai jenis varian untuk topping, seperti pearl, grass jelly, pudding, coconut jelly, red bean, aloe vera, coffee jelly, dan rainbow jelly. Dikarenakan target market dari Chatime adalah untuk semua kalangan, oleh karena itu kadar guladapat disesuaikan dengan selera konsumen (no sugar, normal sugar, dan extra sugar). Begitu pula dengan jumlah es yang digunakan, konsumen dapat memilih less ice, normal ice, atau extra ice.

Minuman yang dihasilkan Chatime menggunakan sangat fresh karena menggunakan daun pilihan dan buah-buahan segar. Untuk menjaga aroma dan kesegaran produknya, teh selalu diolah menggunakan brewing machinesetiap empat jam sekali. Begitu pula untuk topping grass jelly, pearl, dan pudding dimasak langsung tanpa menggunakan bahan pengawet.

Chatime menerapkan gagasan prosedur pembuatan teh dengan teknologi tinggi, dimana Chatime memastikan minuman yang mereka hasilkan berkualitas tinggi untuk setiap pelanggannya. Chatime juga menerapkan standar pembuatan teh sesuai prosedur sehingga teh dihasilkan dalam waktu yang tepat dan dengan suhu yang tepat untuk menjamin kualitas produknya.

Dalam gambar 1.1 dan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa chatime merupakan pelopor minuman bubble drink dengan harga yang sangat affordable untuk semua kalangan. Walaupun ditengah-tengah pasar minuman yang semakin banyak berdatangan dengan banyak varian juga, chatime sampai saat ini masih menjadi pilihan konsumen ketika memilih minuman bubble drink.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini berusaha menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk Chatime meliputi: kualitas produk dan harga. Sehingga peneliti bermaksud melakukan



penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian “Chatime” di Kelapa gading**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chatime Kelapa gading?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chatime Kelapa gading?
3. Apakah keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga produk Chatime kelapa gading?

C. Batasan Penelitian

Agar tujuan penelitian ini menjadi lebih terarah, penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian pada:

1. Obyek yang diteliti adalah kualitas produk dan harga produk Chatime.
2. Subyek yang diteliti adalah konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk chatime di kelapa gading.
3. Periode penelitian mulai bulan Maret 2020 sampai Agustus 2020

D. Batasan Masalah

Penulisan akan memberikan Batasan masalah dengan maksud agar tujuan dari pembahasan dapat lebih terarah pada sarannya, Adapun masalah yang penulis batasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah *Kualitas Produk* mempengaruhi keputusan pembelian Chatime Kelapa Gading.



2. Apakah *Harga* mempengaruhi keputusan pembelian di Chatime Kelapa

Gading.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan indentifikasi masalah yang telah dijabarkan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

“Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Chatime kelapa gading”.

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Chatime. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Chatime di Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga pada keputusan pembelian Chatime di Kelapa Gading.

G. Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis
Dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam dunia kerja yang sesungguhnya.
2. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan yang diteliti dalam rangka mengetahui efektivitas promosi melalui social media

terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, hasil penelitian dapat digunakan untuk melihat karakteristik konsumen berdasarkan sampel yang diambil yaitu konsumen Chatime kelapa gading. Hal tersebut dapat digunakan sebagai rujukan untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif di masa yang akan datang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.