**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang Masalah**

Bisnis makanan merupakan salah satu jenis usaha yang paling diminati karena makanan merupakan kebutuhan pokok konsumen yang harus dipenuhi. Indonesia terkenal dengan jenis makanannya yang beragam dari berbagai daerah, mulai dari makanan utama hingga makanan ringan. Harganya pun beragam mulai dari yang murah sampai yang mahal. Dengan adanya hal ini, banyak orang yang mulai menggeluti bisnis makanan. Hal tersebut dipahami mengingat makanan dan minuman merupakan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia.

**Gambar 1.1**

**Pengeluaran Konsumen di Indonesia**

*Sumber : Euromonitor, 2010*

**Consumer expenditure by board category, Indonesia** (2010)

Untuk saat ini, proporsi pengeluaran masyarakat Indonesia paling besar dihabiskan pada makanan dan minuman non-alkoholik sebesar 41.7% lalu diikuti pengeluaran pada jasa seperti pendidikan, hiburan, dan komunikasi. Hal ini menunjukkan adanya demand yang tinggi dari konsumen dan diikuti dengan pemenuhan supply yang akan meningkat dari perusahaan.

Dunia kuliner minuman *bubble* juga kini makin inovatif. Dalam beberapa tahun belakangan, minuman dengan *bubble* atau bola-bola kenyal memang masih jadi tren hingga saat ini. Beragam gerai minuman jenis *bubble tea* ini dapat dengan mudah dijumpai di pusat perbelanjaan atau mall (waralababubbledrink.weebly.com, 2017).

Seiring berjalannya waktu kesadaran masyarakat akan pola hidup yang sehat mulai bisa terlihat. Apalagi di kota besar seperti Jakarta, tidak hanya memprioritaskan untuk berolahraga, pola makan dan minuman yang sehat pun tidak luput dari perhatian masyarakat. Cairan *softdrink* yang dulu digemari dikalangan masyarakat kini mulai digantikan dengan minuman yang lebih sehat seperti teh dan kopi. Pertimbangannya bukan lagi karena rasa, melainkan karena sejuta dampak buruk bagi tubuh yang dibawa oleh minuman bersoda. Sementara teh sekarang ini bukan hanya teh yang disajikan biasa, melainkan sajian teh dapat diracik dengan beraneka varian rasa dan bahan pelengkap lainnya sehingga menjadikannya nikmat sekaligus sehat. Minuman teh jenis ini dikategorikan dalam *bubble tea* (Fimela.com, 2013).

*Bubble tea* berasal dari Taichung, Taiwan. Liu Han Chieh, pemilik dari rumah teh Chun Shui Tang, mengklaim telah menemukan minuman ini pada tahun 1983 setelah terinspirasi dengan melihat kopi yang disajikan dingin di Jepang. Sebelumnya, teh biasanya disajikan panas, sehingga itu dianggap sebagai ide baru untuk mendinginkan teh dengan es dan mencampurnya dengan berbagai bahan. Lalu memiliki gagasan menambahkan fen yuan (pudding tapioka manis) untuk dicampur kedalam teh, sehingga terciptalah *bubble tea*. *Bubble drink* adalah minuman yang dibuat dengan menambahkan sirup buah atau susu ke dalam teh lalu kemudian dicampur. Bola tapioka kenyal yang berbentuk jelly atau yang sering disebut mutiara atau *“pearls”* sering ditambahkan juga, sehingga *bubble drink* biasa disajikan dengan sedotan ekstra besar. *Bubble drink* biasanya disajikan dingin, menyegarkan, dengan tumpukan *bubble* yang mengedap pada dasar gelas plastik transparan. Terkadang bahan dasar minumannya dibuat dari jus buah segar, teh, susu, campuran es krim, ataupun campuran syrup untuk menambah variasi rasa. Hal ini bergantung pada kreatifitas penjualnya. Sagu mutiara *(tapioca pearl)* yang digunakan pada minuman ini pada umumnya berwarna hitam, tetapi kini dapat dijumpai pula yang berwarna warni. Kekenyalan tapioca pearl harus pas, tidak terlalu keras, dan juga tidak terlalu lembek yang bisa menggangu bila menempel di gigi. Hal lain yang menarik dari minuman *bubble* ini adalah sedotan besar yang digunakan untuk menghisap *pearl*  dari dasar gelas. Inilah yang membedakan *bubble drink* dari minuman lain, bisa di minum sambil mengunyah makanan (CAFEOS.net, 2016).

*KOI Thé* adalah minuman *bubble tea* yang berasal dari Taiwan. Didirikan pada tahun 2006 oleh Ma Ya Fen. Toko dimulai dengan sebuah kios kecil di pinggir jalan di Taiwan dengan nama 50lan (wushi lan), KOI sendiri itu artinya biji kopi. Lalu berkembang menjadi KOI Cafe, karena Ms. Ma berpikir akan terkenal dengan kopinya, akan tetapi tidak terlalu laku di Taiwan, karena orang-orang lebih menyukai teh daripada kopi nya. Jadilah namanya *KOI Thé* , dan sampai saat ini *KOI Thé* telah berkembang lebih dari 120 toko di seluruh dunia. KOI Thé telah diperluas dari Taiwan ke Xiamen, Hongkong, Indonesia, Malaysia, Singapura, Myanmar, Thailand, Cambodia, Macau, Jepang, Vietnam, dan masih berkembang pesat sampai saat ini. *KOI Thé* dibuka pertama kali di Indonesia, dikelola oleh Mr. Alex Tan dan Mr. Teddy pada tahun 2014. Outlet pertama di buka di Mall Emporium Pluit pada tanggal 20 Maret 2014. *KOI Thé* merupakan minuman dengan metode *take away* atau *dine in*. *KOI Thé* menjadi pionir untuk teh dengan konsep yang disesuaikan untuk keinginan customer karena bagi *KOI Thé* , konsistensi rasa merupakan hal yang terpenting (koithe.com, 2014).

Dalam kasus ini terdapat persaingan produk minuman *bubble tea* baik produk lokal maupun produk luar negeri. Masing-masing merek memiliki keunggulan sendiri baik dari ragam produk seperti varian rasa dan *topping*, harga, konsep tempat, dan promosi terhadap produk. Berikut adalah merek *bubble tea* di Indonesia:

**Tabel 1.2**

**Merek Bubble Tea di Indonesia**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nama merek** | **Asal** |
| KOI The | Taiwan |
| Chatime | Franchise dari Taiwan |
| Share Tea | Franchise dari Taiwan |
| Come Buy | Franchise dari Taiwan |
| Calais | Lokal |
| Shiny Tea | Franchise dari Taiwan |
| Fat Straw | Lokal |

(sumber : https://blog.gotomalls.com/2017/12/7-bubble-tea-paling-populer-di-indonesia/ )

Banyaknya merek *bubble drink* yang bermunculan di Indonesia menyebabkan setiap merek harus memiliki keunggulan dalam bersaing. Saat ini para pelanggan dihadapkan pada melimpahnya serbuan produk serta pilihan, harga dan penyedia merek. Suatu kewajaran jika perusahaan yang berada pada masa *hyper competition* seperti saat ini menyiapkan berbagai kegiatan untuk mempertahankan diri agar tetap dapat eksis di pasar. Sehingga setiap perusahaan melakukan kegiatan pemasarannya dengan sangat serius agar dapat memenangkan pesaing tersebut. Salah satu faktor kunci yang menjadi perhatian dalam hal ini adalah kepuasan pelanggan.

*KOI Thé* sangat popular di antara produk sejenis lainnya, meskipun harga yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan merek yang lain. Akan tetapi, banyak konsumen yang rela mengantri demi membeli minuman di *KOI Thé*. Fenomena ini mendorong peneliti untuk meneliti hal apa yang menjadikan konsumen memilih merek *KOI Thé* dibandingkan *bubble tea* merek lain yang harganya relarif sama. Apakah kualitas rasa minuman yang enak atau pelayanan yang diberikan oleh karyawannya yang ramah, sehingga pelanggan merasa puas dengan *KOI Thé*.

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah,yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan *KOI Thé* ?
2. Bagaimana kualitas produk *KOI Thé* ?
3. Bagaimana kualitas layanan *KOI Thé* ?
4. Bagaimana loyalitas pelanggan *KOI Thé* ?
5. Apakah kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan *KOI Thé* ?
6. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan *KOI Thé* ?
7. Apakah kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas pelanggan *KOI Thé* ?
8. **Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk *KOI Thé* ?
2. Bagaimana kualitas layanan *KOI Thé* ?
3. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan *KOI Thé* ?
4. Apakah kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan *KOI Thé* ?
5. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan *KOI Thé* ?
6. **Batasan Penelitian**

Batasan penelitian yang diterapkan peneliti untuk penilitian ini adalah sebagai berikut:

* + 1. Objek penelitian ini adalah *KOI Thé.*
    2. Subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah datang atau membeli produk *KOI Thé.*
    3. Wilayah penelitian : Kelapa Gading, Jakarta Utara.
    4. Periode penelitian : September 2018 - November 2018

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan minuman *KOI Thé.”*

1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini batasan masalah yang disebutkan diatas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk *KOI Thé.*
2. Untuk mengetahui kualitas layanan *KOI Thé.*
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan *KOI Thé.*
4. Untuk menguji apakah kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan *KOI Thé.*
5. Untuk menguji apakah kualitas layanan memengaruhi kualitas layanan *KOI Thé.*
6. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut

Bagi Perusahaan

1. Penelitian ini bermanfaat dalam membentuk dan mengembangkan merek suatu poduk agar tetap memiliki eksistensi di pasaran dan para pelanggan mereka.
2. Sebagai masukan kepada perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas produk yang baik agar dapat membangun kepuasan pelanggan.